no. 146
昭和55年 7/15
アミューズメント通信

ゲームマシン

GAME MACHINE
Semi-monthly Publication
AMUSEMENT PRESS INC.
9-16, kamiyamacho, kitaku, OSAKA 530

JULY 15, 1980　発行所 アミューズメント通信社　編集・発行人 赤木真澄　大阪市北区神山町9-16（山名ビル）〒530 ☎06(314)0309　郵便振替 大阪307852 年間購読料（送料共）7,200円

暑中お見舞い号

論潮

社会との調和を
―インベーダーブームを顧みて―

ある日刊新聞のコラムから引用するが、これは大阪府堺市で起った事件をもとにしている。小学校六年生が、ゲームセンターで遊ぶ金欲しさに、小中学生からカネを脅しとったというのである。この事件は恐かつ容疑として発覚したが、発覚のしかたがどこかおかしいと言うのである。

「未成年者がパチンコをするのは禁止されているが、ゲームは原則としてそうではない。景品目当てに遊ぶのではないから射倖心をそそらない、無害だということだろう。だから、ゲームセンターで遊ぶ子供は少なくない。しかし、問題は別の角度から生じるのだ。『射倖心をそそらぬ』遊びだが、一方では『終ることを知らぬ』遊びだということである。ゲーム一回ごとの得点を更新するだけが目的みたいな遊びだから、とどまるところを知らずと言ってもいい。そういう遊び方をすれば子供の所持金はたちまち底をつく。そこでやめてしまう子もいるが、どうしてもつづけたい子もいる。親の金をこっそり持ち出したり、弱そうな子を脅して巻き上げたり、といった形で非行に結びついていく要素が『ゲーム』の中にひそかに用意されているとは言えないか。あのインベーダーゲームが大隆盛のころは、子供を出入りさせないための特例措置がとられるケースもかなりあったが、『原則』は依然として生きていて、ゲーム代欲しさの少年犯罪というのがいろいろな形で起こっているのである」

「夕方、ゲームセンターで遊んでいる子供を女教師が見かけ、店のすみへ呼んで『家の人は知っているのか』などと問いてやる。教師として非行へのつながりを心配するのは当然のことだろう。そこへ店の人間が出てきて『なんや、お前は。商売の邪魔をするのか』とすごんだ例もある。まさしく『未成年者がやってもいいゲーム』の商売なのである。こういうケースに、警察は概して不介入の姿勢をとる。『原則』のどこかに大きな穴があいていないか」（六月二十四日付読売新聞・コラム「今日のノート」から）

子どもの人間形成

昨年のインベーダー過熱ブームのときの業界としての取りくみかたが、はたして適切だったかどうかが、ここで再びとりあげられているのである。一年たてば〝時効〟とか言うのでなく、社会とAM業界との調和をどう図っているのか、どう理解し合っているのか――がいぜんとして問われているのだ。放っておけばそのうちなんとかなるものではなく、このコラム欄のごとき〝良識〟でAM業界が斬り捨てられていてはたまらないのだ。

引用文に示されるような〝良識〟には実に大きな誤解が含まれている。つまり「終わることを知らぬ遊び」という指摘はある意味で正しいが、それが非行に結びつくにはその子どもの家庭、社会、教育関係が総合的に介在していることを見落していることである。ゲームだけがその子どもの生きている存在そのものであるわけではないし、家庭や学校やその他もろもろの社会環境の中で、子どもたちは大きく育っていくのである。もろもろの環境の中にあっては弱い者いじめをする社会事件も多くあるだろうし、権力をカサに今はやりの悪の論理を実行するものもいるだろう。また印刷物はもちろんTV画像なども子どもたちに多くの影響を与えることであろう。こうしたトータルな環境の中で育っていく子どもたちにとって、『終ることを知らぬ遊び』に呑まれることなく楽しめるよう、その子どもの人格を形づくることが最も大事なことであって、それを逆にとることは事態の解決にならないのではないだろうか。

非行に結びつく要素というのは、従って、その少年たちをとりかこむ社会（家庭を含む）全般ということになる。少年の非行化が今年ピークになると指摘される現在、私たちはまさに現在の日本の社会がその内部で非行化していることに気付かねばならない、と言えば言いすぎになるだろうか
また、非行に結びつくと言われる要素に、子どもたちが正しく打ち勝つことができるよう、人格を形成するのを私たち大人社会は手を抜いていないかどうかと問われるわけである。

インベーダーゲームが過熱ブーム化したとき、大人社会のとった方策といえば、「子どもを出入りさせない」という規制が大部分であった。業界とすればあまりの過熱ぶりで、自粛するのが精一杯だった。インベーダーゲームが悪いと（あたかも家庭でのしつけを棚に上げて）の世論に、AM業界としては無防備に近い形で押し切られたままのようである。今になれば、このコラム欄のように（正しく理解しているとおり）子どもがアーケードゲームをするのは何ひとつ間違っていない、ということになる。そうするとせいぜい昨年大流行した「規制」は過熱化に対してのみの規制だったわけだし、インベーダーゲームが悪いと騒いだのも過熱ブームに悪乗りした〝過熱世論〟だったとも言える。

しかし以上にもかかわらず私たち業界側も多くの反省を強いられていることも事実なのである。

健全な娯楽、明るい社会

JAA 第18回AMショーの開催要領決まる

昨年同様 入場は2階から

全日本遊園協会（JAA）主催による第十八回アミューズメントマシン（AM）ショーは、十月八日から三日間、東京・晴海の国際貿易センター新館（昨年と同じ一階と二階）で開かれるが、このほど決まった主な開催要領は次のとおり。

テーマは「健全な娯楽明るい社会」となった。このテーマは第七回AMショー（昭和四十三年）と同じもの。テーマに関しては今後毎回変更することなく、このテーマを恒久的に使用することになった。

会場は新館一階六、七八二平方㍍、二階六、七八二平方㍍に基礎小間（間口三㍍、奥行三㍍）四百三十一小間を、また大型機械展示用として面積割一、六四五平方㍍を予定している。面積割部分は小間内展示できないもののために設けたわけであり、小型機の展示は制限されている。またメダルゲーム機展示については区分展示される。

このほか会場外のいわゆる屋外展示についてはいぜん検討中である。

出展申込みについては既報のとおりJAAの現会員（七月末現在）に限られているが、申込み要領は①小間あたりの出展料＝一階、二階とも十一万三千円、面積割一平方㍍あたり九千円、②「出展の手引」収録の申込書にて、③七月三十一日までに申込むことになっている。その際次のようなものは出品できないとの注意事項がある。

出品できないもの＝ⓐ電取法による型式認可のないもの、例外承認のないもの、ⓑ他のオリジナル機を模倣して製作された機械で、創意工夫がまったく追加されていないもの、ⓒ映像、デザインまたは音声などによる表現が品位を欠き、社会的良俗の範囲を逸脱するもの、ⓓ明らかに補助貨幣損傷等取締法にふれる機械、ⓔルーレット、ブラックジャックなど対人ゲーム用テーブル、ⓕ現金のペイアウト機構のついている（またはそのような状態に容易に変更できる）メダルゲーム機、ⓖ規定以上の高価な景品または直接関連のない商品。

ショー開催にあたって電取法関係、模倣機械関係、メダルゲーム関係については検査員が点検し（電取法、メダルゲーム関係では）シールが貼られることになっている。以上のルールに違反すると、撤去、出展禁止などの措置が用意されている。

出展小間、面積割りの区分など全体のレイアウトは、昨年とほぼ同様に決められる予定だが、今回はとくに展示区画として㋑小口申込小間、㋺大口申込小間、㋩乗物機小間、㊁出版関係小間にあらかじめ区分し、それぞれ申込み総数の多い順に小間取りが行なわれることになった。

会期内に使用されているいわゆる「お茶券」「食券」については、未収をなくするために、申込みぶんを前納することになり、また会場架設電話代も同様に前納となった。このほか出展申込みに際しては細かい注意事項がある（例—小間内には出展社以外の社名表示が原則としてできないことなど）が、詳しくはJAA事務局（☎03・407・8711）まで問い合わせることになっている。

上の写真は昨年のAMショー会場前のようす

ジュークボックスによる ベストヒット10（セガ社提供）

順位	曲名	レーベル	演奏者
1	ダンシング・オールナイト	フィリップス	もんた&ブラザーズ
2	ランナウェイ	エピック	シャネルズ
3	雨の慕情	テイチク	八代亜紀
4	蜃気楼	アードバーク	クリスタルキング
5	すばる	ポリスター	谷村新司
6	ロックンロールウィドゥ	CBSソニー	山口百恵
7	恋のバッドチューニング	ポリドール	沢田研二
8	タブー（禁じられた愛）	CBSソニー	郷ひろみ
9	倖せさがして	ミノルフォン	五木ひろし
10	南回帰線	ポリスター	堀内孝雄

全日本地区：6月8日～6月21日の2週間

相次ぐ宙返りコースター

明昌は那須、泉陽は生駒に

明昌特殊産業㈱（本社大阪、岡本昌明社長）ではこのほど那須ハイランドに同社宙返りコースター・直線往復「ザ・ループ」を完成、七月一日から営業運転を開始した。同遊園地での名称は「ハイループコースター」、となっており、那須ハイランドの管理会社である藤和那須管理との共同設置となっている。

なお那須ハイランドではすでに「サンダーコースター」（同社「スパイラル」型）が運転中であり、これで宙返りコースターは二機種となった。

泉陽興業㈱（本社＝大阪市浪速区元町二の百の一、☎六三三一—一〇五一、山田三郎社長）ではこのほど同社宙返りコースター「アトミック」B2型四号機を生駒山上遊園地に完成させ、六月二十八日に同園「生駒山フェア」開幕とともに営業運転を開始した（愛称は「スカイループ」）。

同社では同遊園地にサイクルモノレールも建設している。なお向ケ丘遊園にも七月末「アトミックコースター」が完成する予定である。

松山で地方ショー

四国メカニック主催、6月21日から二日間開催

㈱四国メカニック（本社＝松山市北藤原町五の五、愛犬荘ビル、☎〇八九九—三三—五七四三、東原化秀社長）主催による「四国AMショー」が、六月二十一日から二日間にわたって松山市の全日空ホテルにて開催された。

これは主催者が出展社を募集し、出展社は出展料を支払って展示するという形式によるもので、各種TVゲーム機、メダルゲーム機、カラオケなどが展示された。主催者のカラオケ新製品発表をきっかけにこのような形式をとったもようであるが、その趣旨や運営に関しては不明確な点が多いようだった。とりあえずの出展社と主な出品機種は次のとおり。

㈱ベンドジャパン＝主にテーブル型と壁かけ型の各種メダルゲーム機、日本物産㈱＝「ムーンクレスタ」、サンシャイン㈱＝「国盗り合戦」などレジャック製品、データイースト㈱＝「マッドライダー」、テクノン工業㈱＝「トロピカルダイブ」、㈱ロジテック＝「リップオフ」など、㈱西日本本販売＝「スーパーボーナスライン」、泉川商事＝コロナ商事の「ウィナーサークル」、㈱四国メカニック＝カラオケ「SM80」、このほか㈱オリエンタル＝コードレス電話機。

なお来場者が少なかったことについて東原社長は「会場があまりに立派すぎて遠慮したのだろう」と語っていたが、出展関係者によれば、四国は市場が小さいうえPR不足もあってこのようになったものと見られている。

写真上、下とも四国AMショーにて

メダルゲーム機中心

レジャックが6月11日に新作展

レジャック㈱（本社＝大阪市淀川区西中島五の十一の十、第三中島ビル、☎三〇五—一三三一、柴田登茂三社長）では六月十一日、同社新製品展示会を本社にて開催した。

この新作展では最近の同社製品（製造部門はすべてコナミ工業㈱＝本社豊中市、上月景正社長）を展示したが、その主なものは次のとおり。

メダルゲーム機ではピカデリーシリーズの円盤回転式ホッパーつきのテーブル型「ピカデリークイーン」（二人用）。これはピカデリーシリーズとしては電光点滅式の「ピカデリージャック」につぐテーブル型機種となった。

アップライトのメダルゲーム機では六月発売の「国盗り合戦」、七月発売予定の「ピカデリーカード」（一人用）などを展示した。

またTVゲーム機はテーブル型「カミカゼ」のみの展示となった。

上の写真はレジャック新作展のようす

デコ営業部長に森氏

チェストはデータイースト大阪に社名変更

DECO

データイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）と㈱チェスト（本社大阪、森真一社長）ではデコ製品販売網強化の一環として大幅な異動を七月一日付で実施した。すなわち森真一氏はデータイースト㈱の取締役営業部長に就任するとともに、㈱チェストを㈱データイースト大阪（本社＝大阪市大淀川区東中島三の一の十二、☎三二三—三七八八、森真一社長）に社名変更したのである。

これによりデータイーストの販売網は（北から南の順で）㈱デコ札幌、㈱エスコ貿易、㈱データイースト大阪、㈱データイースト福岡の四社となった。

副社長にブターニ氏

データイーストUSAでは——

データイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）の米国現地法人「データイーストINC」（福田会長、岩本啓一社長）では、このほど事務所をサンタクララのジアンニ通りへ移転するとともに、サティッシュ・ブターニ氏を副社長として迎え入れた。

ブターニ氏はアタリ社、PSE社を経て、ナムコ・アメリカ（中村会長、中島社長）の副社長をこれまで勤めてきていた。

アイレム東京 東京3、埼玉1 新営業所に分散

アイレム㈱（本社大阪、辻本憲三社長）ではこのほど、東京支店を閉じ新たに設けた四営業所に分散したことを明らかにした。これは旧東京支店の管轄の営業サービスを四ヵ所に分散させ一層行き届くようにしたもので、このため都下に三営業所を、埼玉に一営業所を新設した。所在地などは次のとおり。

東京第一営業所＝東京都大田区中馬込三の十一の五、☎七七七—一八六一。

東京第二営業所＝東京都台東区池之端二の四の十六、池之端マンション、☎八二四—二六〇一。

東京第三営業所＝東京都中野区東中野四の三の五、☎三六七—二七九一。

埼玉営業所＝浦和市東岸町三の二、若山ビル、☎（〇四八八）八五—五三一一（臨時）。

難しくない!!　電子回路フリッパー

タイトー、東京でゴットリーブ製品技術講習会

㈱タイトー（本社＝東京都千代田区平河町二の五の三、☎二六四－八六一一、コーガン社長）では、六月二十四日に東京本社会議室で、二十六日に大阪の守口市民会館にて米国ゴットリーブ社の新シリーズフリッパーの技術講習会を開催、両会場合わせて約百八十名の受講者が熱心に参加し、大成功に終わった。これはゴットリーブ社製品の講習会としては日本では初めてのものとなった。

ゴット社新シリーズに熱心なオペレーター達

同社はゴットリーブ社製フリッパーの日本での代理店であるが、今年から「スターシリーズ80」フリッパーという新シリーズが開始されたため、その紹介とともに技術的な営業サービスを行ない、現在すでに電子回路時代となっているフリッパーをオペレーターが円滑に使用できるように、ということを主眼に開かれたもの。

講師はゴットリーブ本社のフィールド・サービス・エンジニアであるジョージ・オフシャック氏で、適切な通訳を介しユーモアを交えながら具体的な講義を披露した。講習は午前十時から夕方まで長時間にわたったが、東京と大阪の両会場とも受講者は終始熱心に聞き入り具体的な質問をするなど、意欲的な姿勢を示した。

上の写真は技術講師のオフシャック氏

講習内容は、新シリーズの第一号機「スパイダーマン」を前にし、テキストにそってスライドで説明を加えながら、同シリーズの最大の特徴である「システム80」と呼ばれる電子回路について、起こり得るトラブルの対処方法などを含め具体的に示し、とくにオペレーターの実地での取り扱いに対し配慮がなされていた。

受講したオペレーターの技術者たちは「自分の知識の再確認ができたので、電子回路フリッパーに対する自信がさらに深まった」との感想を語っていた。同社の高橋営業サービス部長は「当社は技術サービスと適切な部品供給をサービス精神の基本としており、その一環として技術講習会を過去数回開催してきた。これが初歩的だと言われるようになれば目的は一応達成したことになる。今後もどしどし実施していきたい」と語っている。

なお一昨年は同社主催で、昨年は㈱バリー・ジャパンとの共催で、ともに東京本社にてバリーフリッパーの技術講習会を開催している。

写真はゴットリーブ講習会にて、上は東京、下は大阪会場

ユニバーサルを訴え

米国ミッドウェー社、「ギャラクシアン」著作権で

米国ミッドウェー社（本社イリノイ州フランクリンパーク、デイブ・マロフスキー社長）では六月五日、㈱ユニバーサルとユニバーサルUSAを相手どって、カリフォルニア州中野（ロサンゼルス）地区管轄の合衆国地方裁判所（連邦第一審裁判所）に、TVゲーム機「ギャラクシアン」について視聴覚的な製品とカタログでのミッドウェー社の著作権を侵害されたと訴訟を起した。

ユニバーサルがミッドウェーの権利を侵害したという根拠は、ユニバーサルが「コスミック・エイリアン」の名で知られているTVゲーム機を製造、（米国に）輸入、販売していることで、ミッドウェー社によると同機は「ギャラクシアンを大規模にコピーした視聴覚材料を含んでいる」とともに同様に「ギャラクシアンから大規模にコピーした文面を含むコスミック・エイリアンの宣伝用カタログをぼう大に流した」としている。

同社の訴えは、以上にとどまらず、合衆国ならびにカリフォルニア州の法律のもとでのユニバーサルの不正競争行為だとして、（その行為の）禁止命令を求めるとともに、ユニバーサルによる損害賠償金と訴訟費用の支払いを求めている。

同社では、「ギャラクシアン」のコピー屋すべてとそれらのコピー製品を売る者たちに対して、同社の持つ権利を守るために必要な法的手続きを（今後も）とっていく、としている。

家族連れ8月例会　伊勢へ

JOU

日本娯楽機械オペレーター㈿（本部東京、内田博理事長、JOU）では八月例会を家族連れ旅行を兼ねて実施する。

行き先は伊勢志摩で、日程は八月四日に賢島で会議、五日は鳥羽へ、六日は鳥羽湾めぐりをして名古屋へ戻る予定。

今年も10月にロボット大会

初のマイクロマウス大会も併催の予定

昨年十一月に初めて開かれ好評を博した「全国ロボット大会」は今年も十一月一日から九日間、東京の科学技術館で開かれることになり、さらに日本初の「全国マイクロマウス大会」を併催することになった。

ロボット大会は全国のロボットマニアの作品を一同に集めて一般公開するもので、日本科学技術振興財団と科学技術館が主催し、㈱ナムコ（本社東京、中村雅哉社長）が全面協力して昨年は大盛況となった。その結果を受け今年も同様の形式で行なうもの。

今回併催するマイクロマウス大会は、欧米の同じ内容の大会とのタイアップ事業で、要するに与えられた材料でマイクロマウス（またはキャット）を作り、それらが複雑な迷路をうまく脱出するのを競い合うもの。参加者はマイコンと走行メカをうまく組み合わせて、まずマイクロマウスたちを製作してから競技へと進むわけだ。

すでに一般公募は始まっているが、応募規定は次のとおり。方法はエントリー方式で十月十日が参加出品締切。参加資格は個人、団体など自由。大会事務局にある所定の登録用紙にて申込む。

大会本部＝科学技術館広報課（☎二一二－二六七〇）、大会事務局＝㈱ナムコ事業課（☎七五八－〇一九四）。

東西で新製品発表会

任天堂、10ヵ月ぶりのプライベートショー

任天堂レジャーシステム㈱（本社＝東京都千代田区神田須田町一の二十二、☎二五四－一六四七、山内溥社長）は、東京は六月二十六、七日の二日間本社ショールームで、大阪は二十八日福徳相互銀行本店でプライベートショーを開いた。これは同社としては十ヵ月ぶりの新製品発表会で、東京、大阪の両会場ともオペレーターなど関係業者が大勢つめかけ大盛況となった。

同発表会では宇宙戦争をテーマにしたテーブル型TVゲーム機「スペースファイアバード」が展示され、来場者の同機プレイをモニターする二十六㌅TV画面も設置されていた。また「シェリフ」など従来機種のミニアップライト（再生品）も展示された。

上の写真は任天堂プライベートショーにて（大阪会場）

ピンボールの小説

村上春樹著、講談社発行の単行本

講談社から小説単行本「1973年のピンボール」（村上春樹著）がこのほど発売となった。もとの掲載誌は講談社「群像」三月号で、改めて単行本となったもの。

「1973年のピンボール」の表紙から

この小説は若く優秀な作家として注目されている村上春樹によって書かれたものであるが、題名のとおりピンボール、とくにエレメカ時代のフリッパーを題材の基本にしており、極めて熱心なフリッパーへの関心が語られていくなか、「僕」と「鼠と呼ばれる男」の話が交じりながら進められていく、新感覚の小説となっている。

とくに「ピンボールの誕生について」の項ではレイモンド・モロニー氏やピンボール「バリーフー」が語られ、ピンボール研究書「ボーナスライト」（？）からの引用もあり、著書みずから「これはピンボールについての小説である」（P30）と書かれているほど。

「僕」はバーに置かれてあった三フリッパーの「スペースシップ」（ウィリアムズ社製ではないのでフィクションと思われる）にとりつかれ、その機械がやがてなくなってしまうのを、ひたすら追い求めていく。かろうじて倉庫に残っていた同機日本最後の一台に逢った「僕」と「彼女」（フリッパー）との出会い場面は、甘くセンチメンタルだと言えるが、やさしさと冷たさが時間を経て流れる描写は、読む者に新たな感動を呼んでいるようだ。

ピンボールマニアが登場し「僕」にいろいろ教えてくれる。たとえば「スペースシップ」はシカゴのギルバート&サンズの一九六八年のモデルで、日本には三台しか輸入されていないなど。昨年米国で発行された「ピンボール全目録」には見当らないが、驚くべきリアリティを持っているため、ひょっとすると実在の機械とも受けとれるほどである（定価八百五十円）。

関西企業　安達社長に

松元氏からバトンタッチ

㈱関西企業（本社大阪、松元哲士社長）では六月一日の取締役会により、松元氏が代表取締役を退任、新たに安達護氏が代表取締役に選任され七月一日付で就任した。同社からの正式なコメントはないが、安達氏は同社三重工場の責任者だったと言われている。

さらに同社では業務拡張のため本社社屋を次のとおり移転し、七月一日より新本社で営業を始めている。

㈱関西企業＝大阪府豊中市名神口一の二の三、☎八六三－七五〇〇、安達護社長。

事務所移転

㈱サンレジャー商会＝兵庫県西宮市上大市五の一五八の三、☎（〇七九八）五二－一一〇二、細谷豊社長。

日本サーキット工業㈱＝名古屋市中村区名駅三の十六の二十二、☎（〇五二）五六三－一八五一、浜名弘市社長。

新 全国ゲーム場ガイド

第9回 東京・上野の巻

上と右下の写真はともに「ジョイランド上野」にて、円内の写真は㈱西郷会館の高山専務

上野はもともと江戸時代に発展した古い町だが、現在、全国に知られているのはアメヤ横丁とパンダ。ついさきごろ〝カンカン〟が死亡し悲しみをさそったが、アメ横のほうは相変わらずの盛況ぶりを見せている。アメ横本通りの各商店は夜七時まで、周辺の店も夜九時頃には営業を終えるため、この界隈のゲーム場の客の入りも、その時間を過ぎると急に少なくなる。逆に中央通り以西は夜の歓楽街となり、ゲーム場は深夜の客が多くなる。

「ジョイランド上野」は入口で中二階と中地下一階に分かれる。上はアーケード、下はメダルゲーム場だったが、昨年、二フロアともTVゲーム中心に切りかえ、計百四十台の機械を設置。中地下一階にはユニバーサルの「スクラッチ」などブロックゲームを約十台設置しており、根強い人気を得ているという。㈱西郷会館の高山専務に運営姿勢などをうかがってみた。「ゲーム景気が一時のように上がることはもうないだろうし、ゲーム場は今後もなお整理されていくと思う。そのため現状の経営で安定させることが大事」と語っている。

なお同社はもう一軒「ゲーム・ジョイランド」を六月末にオープン。同店はテーブルTV機二十台設置の小さな店だが、好調なら二階と地下でも営業したいとのこと。

「カジノ・プラザ」と「コニー・アイランド」はほぼ向かい合っており、両店とも昨年、メダルゲーム場からTVゲーム中心のアーケードゲーム場に変更。

「ゲームファンタジア上野」はさきごろ、㈱シグマから㈱ヤナガワに経営が変わった。約三十五台の機械を設置。同店の一番人気は「ムーンクレスタ」とのこと。

アメ横周辺のゲーム場は十一時閉店だが、中央通りを越えた夜の歓楽街にあるゲーム場はほとん

次ページへ続く

データ　順不同

ゲームセンター上野ガッツ　台東区上野公園1-54、☎836-0437、本社＝侑岡本商事（☎200-2722）
ゲーム・ジャングル　台東区上野6-13-4、☎831-0803、本社＝ナミキ商事㈱（☎745-3289）
ジャック&ベティ　台東区上野6-3-7、☎831-0312、直営＝三浦国男。
ジョイランド上野　台東区上野4-10-17、西郷会館、☎831-7218、直営＝㈱西郷会館（☎831-7218）
ゲーム・ジョイランド　台東区上野6-11-12、☎835-2080、本社＝同上。
ゲームファンタジア上野　台東区上野4-7-2、☎835-4421、本社＝㈱ヤナガワ（☎836-1588）
コニー・アイランド　台東区上野4-3-10、☎831-9498、本社＝幸進商事㈱（☎256－3731）
カジノ・プラザ　台東区上野4-2-4、☎837-9234、本社＝㈱東京プラザ（☎0429-63-2391）
カジノ・プラザ　台東区上野2-12-7、☎835-4645、本社＝同上。
ゲーム・イン・みとや　台東区上野2-13-12、☎836-3875、本社＝中野商事㈱（☎862-1077）
カジノUSA　台東区上野2-8-6、☎836-3374、本社＝㈱東京マルサン（☎431-5611）
ゲームファンタジア広小路　台東区上野2-1-2、☎832-1951、本社＝㈱シグマ（☎496-5221）
カジノ・ティンドン　文京区湯島3-41-2、☎832-8089、本社＝㈱コインゲーム（☎208-6921）

新全国ゲーム場ガイド ⑨ TOKYO 上野の巻

どオールナイト営業。

「ゲームファンタジア広小路」は㈱シグマ運営で昨年十月オープン。約三十坪のフロアにメダルゲーム機二十五台、TVゲーム機二十台を設置。メダルゲーム機ではクロンプトン社「スプラッシュダウン」に人気があるそうで、女性客も多い。

「カジノディンドン」は明るい小さな店で、TVゲームを中心に約二十五台の機械を設置。

「カジノUSA」は旧「カジノ二十一世紀」だが、経営が㈱マル三商会から㈱東京マルサンになったのを機に店名も変更。同店は二フロアあり一階はTVゲーム機約二十台とパリーフリッパー二台設置。二階はテーブル使用の対人ゲーム場。営業時間は国電始発が運転される午前四時半までとのこと。

この斜め向いにある「カジノプラザ」は、スロット約十台とTVゲーム四台、奥にテーブル使用の対人ゲームを設置。

この界隈全体でテーブル使用の対人ゲームを設置した店は「カジノプラザ」「カジノUSA」の二軒、メダルゲーム機設置の店は「ゲームファンタジア広小路」「カジノプラザ」の二軒のみ。メダルゲームは頭打ちの状態だと言う店長もいた。

「ゲーム・イン・みとや」は今年一月にオープンしたTVゲーム中心のゲーム場。約五十坪のフロアにテーブル型TV、壁際にアップライト型TVやフリッパーなどを設置。総機械台数約五十台。同店の電飾はみごとなもので、中央通りに面した同店周辺はやや暗いためひときわ輝いて見える。

上野駅西側の「ゲームセンター上野ガッツ」は旧「ゲームスポット上野」だが、昨年四月にセガ社から㈲岡本商事の経営になった。TVゲーム中心に計七十八台の機械を設置し、地下映画館へ下りる途中の中地下一階での営業。店内照度はかなり低い。

さて山手線東側沿いに二軒のゲーム場がある。その一つ「ゲームジャングル」は一階と地下の二フロア。TVゲーム約五十台とフリッパー五台を設置した子どもも客の多い店。「ジャック&ベティ」は昨年、豊栄産業㈱から同店オーナーの三浦氏が運営を引き継いだ。TVゲーム約三十台と、「スタートレック」などパリーフッパー五台設置。店内は明るく健康的な雰囲気がある。

全体的に言えることは「ギャラクシアン」ブームもやや下火になってきており、現在それと匹敵する売上げを示し、しかも人気急上昇中なのは日本物産の「ムーンクレスタ」であり、オペレーターたちの同機に対する期待が非常に大きいことだ。TVもし同機がブームを引き起こすとすれば、そこで再度ゲーム場運営のあり方を考えるべきであろう。

しかし上野界隈のゲーム場についてはがむしゃらなところはなく、落ちついた経営を続けてきているようだ。

上の写真はともに「ゲームファンタジア上野」

上の写真はともに「ジャック&ベティ」

「ゲーム・イン・みとや」

「カジノUSA」

「ゲームファンタジア広小路」

「ゲーム・ジャングル」

AM業界の需要動向

——中小企業振興事業団・中小企業情報センター調べ——

AM業界の概要

今回の調査対象とした娯楽機器業界は、製造業（メーカー）、流通業（販売・リース、輸出入業）、サービス業（オペレーター）の各業態を異にする企業を含んでいる。このうち製造業は、日本標準産業分類によれば、「娯楽機械製造業」に分類されているが、この分類の中には遊園地用遊戯装置、射的場装置、パチンコ装置、硬貨・遊戯用メダル投入式娯楽機が含まれている。この最後の硬貨・遊戯用メダル投入式娯楽機が今回の調査対象とした娯楽機器の範ちゅうに入るものであるが、生産量、生産額、事業所数などの公式な統計は得られない。また、オペレーター・リース業などの他の業態についても業界の統計は全く不明である。

そこで全日本遊園協会に所属する企業から、遊園地用遊戯装置を除いた娯楽機器業界の概要をみてみることとする。なお、ここでいう娯楽機器とはTVゲーム、小型乗物機、ボールゲーム機、ガンゲーム機、カラオケ機等を指している。

1　生産状況

アミューズメントマシン部会に所属する企業（製造業）は71社、オペレーター部会に所属する企業（オペレーター）は63社である。昭和五十三年の娯楽機器の生産実績をみると、生産台数のうち圧倒的多数をTVゲームが占めており（82%）、他の娯楽機器のウエイトは2～5%程度である（調査対象企業20社の数字）。インベーダーゲームに代表されるTVゲームの流行を如実に示しているといえよう。

インベーダーゲームの生産台数は全く不明だが、業界の推定によれば、70社以上の企業が製造し、生産台数は累計30～40万台にのぼるとみられている。ちなみに前回のヒット商品のブロック崩しは15万台であったと言われている。またインベーダーゲーム以外にもTVゲームはあるので、実際の生産台数はもっと多くなると推定されている。

表14　機器別生産台数構成比　（53年）

機種	構成比
乗物機	5.3%
ボールゲーム機	1.5
ガンゲーム機	3.2
TVゲーム機	82.1
メダルゲーム機	3.2
その他ゲーム機	4.7
合計	100.0

注1. 調査対象企業26社
2. 全日本遊園協会調べ

2　ロケーションの動向

また、オペレーターのロケーション（機器の設置場所）をみると、テーブル型TVゲームの流行を反映して、喫茶店全体の68%を占めている（調査対象企業70社の数字）。一般ゲーム場は全体の4%である。一般ゲーム場のロケーション数は他の場所（デパート、スーパー、ホテル、旅館）とくらべても、若干少ない。こうした事実は、娯楽機器のロケーションがゲーム場を中心にして発達してきたわけではなく、他の設備に付随して発達してきたことを示している。業界では全国の喫茶店30万軒のうち4割がテーブル型TVゲーム機を設置していると推定しており、実際のロケーションは10万カ所に達するとみられる。

さらに一般ゲーム場を運営するオペレーターは、前記の調査対象企業70社のうち38社あるが、これをロケーション規模別にみると、1～5ケ所のロケーションを持つオペレーターが19社、6～10ケ所が10社で、四分の三が10ケ所以下の小規模なオペレーターである。他のオペレーターは各区分にそれぞれ2～3社づつ存在している。

しかし、昭和五十四年前半に爆発的ブームをよんだインベーダーゲーム等のテレビゲームは、同年後半にきて、はやくも急速に後退している。警察庁の調べでは、昭和五十四年七月に、ロケーション数六九、八七五軒、二八三、八〇二台あったものが、10月には、五二、一七三軒、一九三、四四一台とわずか三ケ月間で軒数で25%、台数で32%減少しており、流行性、ブーム性の波の大きさを示している。

表15　設置場所別ロケーション数構成比　（53年）

設置場所	構成比
一般ゲーム場	4.2%
デパート・スーパー	5.8
ホテル・旅館	5.6
喫茶店（含リース）	67.6
その他	16.8
合計	100.0

注1. 調査対象企業70社
2. 全日本遊園協会調べ

表16　一般ゲーム場のロケーション規模別企業数　（53年）

ロケーション規模	企業数
1～5ケ所	19
6～10	10
11～20	2
21～30	2
31～40	2
41以上	3
合計	38

注　全日本遊園協会調べ

環境変化と対応策

1　調査対象企業の概要

全日本遊園協会所属の企業を対象に調査したが、回収された79企業の経営形態、規模、娯楽機器の生産、オペレート、リースの状況は次のとおりである。

(1)　経営形態

娯楽機器業界には、製造メーカー、販売業（ディストリビューター）、リース業、オペレーターの各営業内容を異にする企業が含まれ、また同一企業でも異なった業務を行っている場合がある。今回の対象は製造、販売、リース、オペレートの各業務を行っている企業（以下製造兼オペレーターと言う）は18社（23%）、製造、販売、リース業を行っている企業は（以下製造専業と言う）は17社（22%）、販売、リース、オペレート業を行っている企業（以下オペレーターと言う）は35社（44%）販売、リース業のみを行っている企業は9社（11%）となる。

(2)　規　模

経営形態別に従業者数をみると、製造兼オペレーターは従業者数50人以上の企業が12社（67%）、20～49人の企業が2社（11%）、19人以下の企業が4社（22%）である。製造専業は50人以上の企業と20～49人の企業が各6社（35%）、19人以下の企業が5社（29%）である。オペレーターは50人以上の企業が11社（31%）、20～49人の企業が10社（29%）、19人以下の企業が13社（37%）である（1社不明）。

製造兼オペレーターは従業者数50人以上の規模の大きな企業が多いが、製造専業とオペレーターには規模の小さな企業がかなり多い。

表17　1企業当たり平均取扱い機種の数

	製造兼オペレーター	製造専業	オペレーター
生産しているもの	1.9	1.7	—
オペレートしているもの	5.7	—	4.8
リースしているもの	1.7	1.5	2.1

(3)　生産状況

製造兼オペレーターと製造専業者が生産している娯楽機器をみると次のとおりである。

製造兼オペレーターが生産している機器で最も多いのが、「小型乗物機」（44%）である。次に「ボールゲーム機」、「テーブル型TVゲーム機」（各28%）と「ガンゲーム機」、「アップライト型TVゲーム機」、「メダルゲーム機」（各17%）となっている。

製造専業が生産している機器で最も多いのが、「テーブル型TVゲーム機」（41%）である。ついで「小型乗物機」、「アップライト型TVゲーム機」（各24%）と「メダルゲーム機」（18%）となっている。

(4)　オペレート状況

製造兼オペレーターとオペレーターが、扱っている娯楽機器をみると次のようになる。

製造兼オペレーターが扱っている機器で最も多いのは、「アップライト型TVゲーム機」（89%）である。つぎに「小型乗物機」、「ボールゲーム機」、「ガンゲーム機」（各83%）、「テーブル型TVゲーム機」（72%）、「メダルゲーム機」（56%）となっている。

オペレーターが扱っている機器で最も多いのが「テーブル型TVゲーム機」（89%）で、次いで「アップライト型TVゲーム機」（83%）、「ガンゲーム機」（66%）、「メダルゲーム機」（57%）となっている。

また機器の設置場所をみると、製造兼オペレーターは「デパート・スーパー」（78%）、「喫茶店」（61%）、「一般ゲーム場」と「ホテル・旅館」（各50%）の順に機器を設置している。これに対し、オペレーターは「喫茶店」（69%）、「一般ゲーム場」（60%）、「デパート・スーパー」（57%）、「ホテル・旅館」（31%）の順に設置している。

(5)　リース状況

製造兼オペレーター、製造専業、オペレーターがリースしている娯楽機器をみると次のとおりである。

製造兼オペレーターがリースしている機器で最も多いのが「テーブル型TVゲーム機」（44%）である。ついで「小型乗物機」と「アップライト型TVゲーム機」（各22%）となっている。

製造専業がリースしている機器で最も多いのが「テーブル型TVゲーム機」（35%）で次に「アップライト型TVゲーム機」（18%）である。

オペレーターがリースしている機器で最も多いのが、やはり「テーブル型TVゲーム機」（57%）で、次に「アップライト型TVゲーム機」（37%）である。また「ジュークボックス・カラオケ」も23%ある。

以上のように、各企業が生産、オペレート・リースしている娯楽機器の種類は企業によって異なっている。そこで各経営形態別にみた企業が、生産・オペレート・リースしている娯楽機器の平均種類をまとめると表17のようになる。生産・リースの機種は少ないが、オペレートしている機種はかなり多い。メーカーがオペレートする場合には、自社製品だけでなく他社の製品も数多く取扱っているわけである。しかし多様な娯楽機器を生産、オペレート・リースしているとは言え、近年の「インベーダーゲーム」によって営業収入が最も多い娯楽機械は経営形態のいかんを問わず「テーブル型TVゲーム機」である。例えば製造兼オペレーターでは44%の企業が、「テーブル型TVゲーム」の営業収入が最も多いとし、製造専業では47%、オペレーターでは63%になっている。ただし製造兼オペレーター、オペレーターには遊園機械だけを扱っている企業があるため「小型乗物機」の営業収入が最も多いと言う企業が、それぞれ22%、17%存在する。

2　事業環境の変化

ここでは、娯楽機器業界を取り巻く事業環境が近年どのように変化しているかについて、需要動向の変化、事業環境の変化の両面から探ることとする。

(1)　需要動向の変化

①　お客の動向

全体としてみた場合、客層からみて、「女性客が増えた」（60%）という企業が最も多い。次にお客のニーズ面では、「ゲーム内容に工夫・演出をこらしたもの」（54%）が求められるとしている。またお客の娯楽機器の遊び方として、「景品を求めずゲームそのものを楽しむ」（51%）「ブーム・流行にのって楽しむ」（47%）「エレクトロニクスを利用した機器への抵抗がなくなっている」（44%）といわれている。その他に「健全なゲームセンターで楽しむ」（43%）傾向がみられることも指摘されている。

これらの需要動向の変化を、経営形態別にみて、回答率の高い順に列記すると表18のようになる。

経営形態の相違を反映して、各形態の企業は需要動向の変化のとらえ方が若干異なっている。例えば、製造兼オペレーターは、「ゲーム内容に工夫・演出をこらしたもののニーズが強まった」（67%）ことを第1位にあげているが、製造専業は、「女性の利用者が増えた」（65%）ことを重視している。またオペレーターは、「ゲーム内容の工夫」や「女性利用者の増加」もさることながら、「ブーム・流行にのって楽しむ傾向が強まったこと」（60%）を注目している。

近年の娯楽機器業界は、ブロックくずしとインベーダーゲームに代表されるテーブル型TVゲーム機（以下TVゲーム機と略す）の全盛期であるが、上記の需要動向の変化もTVゲーム機の特徴を反映したものであるといえよう。そこでTVゲーム機をめぐる客層の変化とTVゲームが流行した原因を、企業はどのように考えているかについて、インタビュー調査で得られた経営者の声を紹介する。

A　インベーダーブームによって客層に女性やサラリーマンが入ってきた。これはやがてゲーム市場にファミリー時代がくることを予測する意味で画期的な現象である。客がエレクトロニクスに親しむ素地ができ、技術性（やればやるほどうまくなる）が魅力になってきた（製造兼オペレーター）。

B　TVゲームの客層が、遊び人の一部に限定されていたものが、女性やサラリーマンにまで拡大したということは、日本人に「遊び」がわかってきたということである。日本人の遊びの代表はパチンコであったが、パチンコとゲーム機は遊びでも性格が異なる。パチンコはギャンブル性（景品を稼ぐ楽しみ）にその魅力があるのに対し、ゲーム機は全く消費的である。そこでちょっとした待ちの時間でも「遊ぶ」という考え方の人、又は逆に「遊び」に千円も二千円も使う人（それだけの時間と金のある人）がいることが、TVゲームのブームに火をつけた（製造兼オペレーター）。

C　TVゲームの客層は、女性や知識人にまで拡がってきた。それに応じゲーム内容も奥行きが深くなっている。ゲーム機の需要拡大の原因としては、ストレス解消、気分転換などのTVゲームの効果に加えて、ゲームのルールが単純なこと、および人間の生活における遊びの精神が定着してきたことがあげられる（製造専業）。

D　日本人の余暇生活はまだ欧米なみには達していないが、ちょっとした時間的余裕と小金は持っている。そのため身近にあり手軽に時間をすごせるものに手を出す傾向がある。こうしたニーズにゲームはうってつけである。

インベーダーゲームがあれほどまでブームを起した要因は次の点にある。単純明解である。百円である程度楽しめる。リプレイ・エンドレスというおまけがついている。技術が向上するにつれゲーム内容が難しくなる。見た目が美しい。音響効果がある（オペレーター）。

②　娯楽機器の需要動向

ここでは娯楽機器の中で、①最近1年間で売上げ増加が著しいもの、②売上げが減少しているものとの比較を通じて、最近の娯楽機器の需要動向の変化を明らかにする。需要が増加している機器と減少している機器を摘記すると、表19のようになる。

全体でみた場合、テーブル型TVゲーム機を中心として売上の増減が示されているが、同機器は売上増加、減少の両方にあげられ評価が別れている。しかも売上増加減少の回答率はほぼ同数である。この結果が意味するものは2つある。第1はテーブル型TVゲーム機を扱う企業間に格差が生じており、売上げが伸びた企業とブームに便乗して扱ってはみたものの売上増は見込めず、減少した企業とがあるということである。これは製造兼オペレーターと製造専業にみられる。すなわち製造兼オペレーターでは売上げが増加した企業が50%、減少した企業が44%であり、製造兼オペレーターは売上増加か減少かのどちらかに振り分けられることになる。同様にして製造専業の場合も、売上が増加した企業が53%、減少した企業が47%である。第2は、同じテーブル型TVゲーム機であっても、インベーダーゲームとブロックくずしといったゲーム内容の違いによって売上げが増加した機器と減少した機器があるということである。とりわけオペレーターの場合は各種のテーブル型TVゲーム機を取扱っているので、こうしたケースが該当する。

インタビュー調査ではこうした企業間格差の存在や、TVゲーム機の流

表18　利用者の実態

製造兼オペレーター	製造専業	オペレーター
○ゲーム内容に工夫したものへのニーズ（67%） ○女性利用者の増加（50%） ○エレクトロニクスへの抵抗感がなくなる（44%）	○女性利用者の増加（65%） ○景品を期待せずゲームを楽しむ（59%） ○ゲーム機器へのニーズが高まる（53%） ○ゲームの内容に工夫したものへのニーズ（47%） ○創意工夫できるものへのニーズ（47%） ○飲食しながらゲームを楽しむ（41%）	○女性利用者の増加（65%） ○ゲーム内容に工夫したものへのニーズ（60%） ○ブーム流行にのって楽しむ（60%） ○景品を期待せずゲームを楽しむ（51%） ○健全なゲームセンターで楽しみたい。（51%） ○エレクトロニクスへの抵抗感がなくなる（49%）

表19　需要の動向

		売上増加	売上減少
全体		テーブル型TVゲーム機（57%） アップライト型TVゲーム機（17%）	テーブル型TVゲーム機（56%） 小型乗物機（15%）
経営形態	製造兼オペレーター	テーブル型TVゲーム機（50%） アップライト型TVゲーム機（22%） 小型乗物機（11%）	テーブル型TVゲーム機（44%） 小型乗物機（22%） アップライト型TVゲーム機（17%）
	製造専業	テーブル型TVゲーム機（53%）	テーブル型TVゲーム機（47%） その他ゲーム機（12%）
	オペレーター	テーブル型TVゲーム機（66%） アップライト型TVゲーム機（20%）	テーブル型TVゲーム機（63%） 小型乗物機（17%）

行性の問題について、経営者は次のように語っている。

A　ゲーム機の開発は難しいが模倣は簡単にできるから新規参入が多い。ディーラーやブローカーが機器を買いあさっている間は良かったが、彼らが買いに来なくなると、販売先のルートを持っていない企業は危なくなる。（製造兼オペレーター）。

B　ゲーム機器はファッションみたいなもので、人気機種は相互に脈絡はないし、一度死んだらかえらない（オペレーター）。

③　娯楽機械の特徴

娯楽機器の特徴として「気分転換がはかれる」（41%）、「だれでも楽しめる」（38%）、「手軽に楽しめる」（38%）ことが重視されているが、これ以外にも「スピード感、スリル感を味わえる」（28%）、「一人でも複数でも楽しめる」（23%）「少ない費用で楽しめる」（22%）、「音響効果で臨場感を味わえる」（20%）点が指摘されている。要するに娯楽機器の魅力とは、誰でも、簡単に、少ない金額で、一人でも何人でも遊べ、しかも遊びに満足感が得られるところもあると言えよう。

消費者調査でも、TVゲームの魅力として、暇つぶしによい、ゲームが面白い、気分転換がはかれる、スリルが味わえる、手軽にできる点が評価されていたが、これらの点については消費者と業界の評価は一致している。ただし「少ない費用で楽しめる」点については、消費者調査では10%の人があげるだけで、業界の評価とかなりのギャップを示している。インタビュー調査では10%の人があるだけで、業界の評価とかなりのギャップを示している。

調査では、「TVゲームは一回百円で行うように作られており、通常の人なら1ゲーム三分かける。三分百円なら決して高くないはずだ」との声が聞かれたが、たとえ1回百円であってもTVゲームは1回行うとあとをひくため百円では済まない。（何回でも行いたくなる）こうした理由から消費者は金額面ではシビアーにみているのであろう。

ところで娯楽器はあくまでゲームであり「遊び」の要素が重要であるが、日本の大衆娯楽のチャンピオンであるパチンコとの関係を業界はどのように考えているのか。多くの企業では娯楽機器とパチンコは性格が異なると言っている。

A　インベーダーゲーム最盛期の今年の春など、パチンコ客が大分流れてきて、ホールの改装も目立ったが、両者は根本的に性格が異なる。すなわちパチンコは景品に交換することができるが、娯楽機器はゲーム性を中心に展開されてきた。従ってゲーム性のないものは娯楽機器として成立しないし、景品を求めるお客はパチンコに帰っていく（製造専業）。

B　TVゲームはパチンコ業界から目の敵にされたが、両者は本質的な違いがある。パチンコの本質は誕生以来大きく変っておらず、お客を魅きつけるものは「ギャンブル性」にある。基本的には景品や金を得るためにするゲームであり、ゲームそのものは単調でも、儲けるためであれば少しも苦にならない。逆に玉が入らなければ、損をしたという気持ちが強く、遊んだという意識が薄いてこない。TVゲームはギャンブル性は薄く、むしろスポーツの一種と考えるべきもので、ゲームそのものを楽しんだり、習熟プロセスを楽しむものである。またTVゲームは幼少期よりテレビやアニメーションに馴れ親んできたヤング世代層に自然に受け入れられる要素をもっており、テレビを使って、単に遊び、ストレスを発散するという利用のされ方をしている。TVゲームは豊かな時代の象徴であり、無目的な遊びを大衆化したところに意義がある（販売・リース業者）。

このように娯楽機器とパチンコの性格の違いが指摘されているが、結局のところ、若い人の意識の違いがゲーム機の降盛をもたらしているとして、ある企業では次のように述べている。

若い人は「サービス志向人間」である。だからパチンコのように見返りがなくても、自分で満足するものがあれば利用する。TVゲームが流行する以前に、メダルゲームが流行したことがあった。メダルゲームはギャンブルマシーンだから見返り（金銭・物品）がない限り、受け入れられないと心配していたが、杞憂に終った。見返りがなくても、機械の面白さで利用者は作り出せるとわかった（製造専業）。

(2)　事業環境の変化

ここ1年間の事業環境の変化を、①業界内部の競争の激しさ、②規制の問題、③ロケーションの拡大、④企業経営内部の問題についてみると、次のようになる。（表20）

①　競争の激しさ

競争の激しさは、全体でみた場合「他業界からの新規参入が増えた」（76%）ことを指摘する企業が最も多く、ついで「リースで儲けようとする人が増えた」（57%）、「類似品も登場し同業者の競争が激しくなった」（52%）ことを指摘している。これらの指摘はいずれの形営形態にある企業でもなされているが、とりわけ「他業界からの新規参入」、「リースで儲ける人」の増加はオペレーター（各80%、60%）が、また「同業者間の競争激化」は製造兼オペレーター（67%）が、強く意識している。

こうした業界内部の競争の激しさは、インタビュー調査においても聞かれ、"にわかオペレーター"や"四畳半メーカー"の族生の例、あるいは素人でも機器を購入できるリース業者が急増し、これらが資金繰りに困り、たたき売りを行っている例などがあげられている。

また類似品については、ある企業は法的規制の弱さに原因があると指摘している。

類似品が出まわるのは、2つの原因がある。1つは意匠登録に時間がかかりすぎ、認可された時には製品の寿命が終ってしまうこと、2つはプログラミングは特許の対象とはならないことである。せめてプログラミングには、書物や絵画と同じような著作権のようなものを認めてもらいたい（製造専業）。

他の企業は次のようにも言っている。

メカニズムが複雑化してきたとはいえ、ゲーム機は遊び方さえわかれば、内部の構造は外部から見るだけで同業者には大体察知できる。そのため類似品が容易に作れる状況にある。全日本遊園協会が今年から新製品について登録制度を採用した事は一歩前進である。ただし法的規制力がないのと、非会員（アウトサイダー）にとっては何の拘束力ももたないので事実上尻抜けになっている（製造専業）。

表20　ここ1年の事業環境の変化

	競争激化			規制	ロケーションの拡大		経営上の変化		
	新規参入が増加	リースで儲けようとする人が増加	同業者間の競争激化	青少年の入場に対する規制が目立つ	喫茶店等への設置	ロケーションの急増	需要の急速な拡大	新製品開発が困難	従業員の確保難
全体	75.9	57.0	51.9	58.2	70.9	57.0	17.7	16.5	10.1
製造業オペレーター	66.7	50.0	66.7	72.2	55.6	33.3	22.2	27.8	11.1
製造専業	70.6	47.1	58.0	29.4	41.2	47.1	23.5	23.5	5.9
オペレーター	80.0	65.7	42.9	65.7	88.6	80.0	11.4	5.7	14.3

②　規制の問題

「青少年の入場に対する規制の動きが目立ってきた」点を指摘する企業は、全体で58%あるが、とくに製造兼オペレーターとオペレーターに多い（各72%、66%）。

1979年6月、全日本遊園協会は"インベーダータイプゲームマシン運営自主規制"を発表した。大手スーパーは店内からインベーダーゲーム機を撤去させ、警察、学校、教育委員会は悪質業者の撤底した取締りの通達を出している。こうした規制の動きに対しては、インタビュー調査対象企業のなかにも、商業道徳の欠如がもたらした結果であるとして、悪質なゲーム業者に反省を求める声が聞かれる。

TVゲーム便乗組が、メーカー、販売、オペレーター段階にそれぞれ存在する。これらはTVゲーム機を学童相手に利用して、子供が学用品を買うための金をTVゲームに使わせている。悪質なオペレーターは、小・中学校の近くにゲーム場を開く場合があるが、こうしたやり方は業界の信用を落すだけである（製造専業）。

また他の企業はゲームセンターへの偏見を払拭する必要性を強調し、次のように言っている。

インベーダーゲームによって客層が拡大し、それだけ大衆化した反面、消費者団体の批判によって青少年非行防止のため規制を迫られた。こうした事実を反省して、ゲーム業界の近代化やゲームスペースの大衆化、明朗化を進めねばならない。ゲームセンターが持つ暗いイメージを一掃することは業界の多年の悲願である（製造兼オペレーター）。

なお他の企業では「ゲームの持つ健全性やイライラの多い現代生活では情緒安定産業であるという必要性を積極的にPRする体制を業界として確立して欲しい」とも言っている。

③　ロケーションの拡大

テーブル型のTVゲーム機の開発は、ロケーションを拡大させたことは紛れもない事実である。ロケーションはオペレーターに関わる問題であるので、オペレーターの考え方をみてみると、「ロケーションが増えた」というオペレーターは80%ある。そして設置場所として、「喫茶店・スナック等に設置されるようになった」というオペレーターは89%、さらには「一般ゲーム場の中にもTVゲームが設置されるようになった」というオペレーターは74%ある。その他に「一般ゲーム場の数が急増した」（57%）ことも、かなりのオペレーターが指摘している。

ところで、インタビュー調査では、ある企業は、ゲーム機のロケーションの変化のゲーム機の開発とゲーム対象者の変化との関係を次のように説明している。

ゲーム機の設置場所の変化がゲーム対象者を変えてきた。ゲーム機の設置場所は今までは遊園地・デパート・スーパー、ボーリング場の一角にあり、ゲーム機は「宿かり」にすぎなかった。デパート・スーパーは買物が主目的で、買物についてきた子供の遊びとしてゲームがあったにすぎない。また遊園地はもっぱら子供相手の遊び場である。これらの場に置かれるゲーム機は子供を対象とした簡単なものであった。

設置場所がボーリング場・ゲーム場になるとゲーム対象者は大人になり、ゲーム機械も複雑化した。だがゲーム場、ボーリング場へ行く人は限られており、ゲームの普及はいま一歩であった。

テーブル型TVゲームの開発により、喫茶店に持ち込まれたが、これによってゲームをやる人の層は広くなって、これまでゲームとは縁のなかった人（例えば女性）までもゲームをはじめるようになった。喫茶店は学生以上の人がお客なので、ゲーム場に来る人より層が厚くなった（製造専業）。

④　企業経営内部の問題点

企業経営内部の問題点として、メーカーとオペレーターとに分けてみると、製造兼オペレーター、製造専業は、「新製品の開発が難しい」（各28%、24%）、「需要が急増して供給が追いつかない」（各22%、24%）、「材料の確保が難しい」（各17%、24%）ことを指摘している。これに対しオペレーターは、「従業員の確保が難しい」（14%）点をあげている。当然のことだがメーカーは生産上の問題点を指摘し、オペレーターは自社直営のゲーム場の数の多さ、深夜営業の場合もあることから従業員の確保を問題としている。

ある企業では、「開発点数は年間3～5機種あるが、そのうち採算ラインにのるものは、半数あるかなしかである」として、製品開発の難しさを語っている。なお「供給が追いつかない」「粗材の確保が難しい」というのは、インベーダーブームの余波であって、必ずしも娯楽機器業界の常態ではないだろう。

オペレーターの「従業員の確保難」についてあるオペレーターは「新宿などの一流繁華街では、ディスコの終了時間と合わせて、午前4～5時まで営業している。このため従業員は3交替制をとるが、全て正社員でまかなうのは不可能なので、大量の学生アルバイトを採用している」と言う。

中小企業振興事業団の「需要動向調査報告書（余暇生活関連品）」からAM業界（小型）関係部分を、事業団の了解を得て次の順序で連載しているもの。
第2章　調査結果の要約と考察（前号）
第8章　娯楽機器業界の概況（本号）
第9章　娯楽機器業界の事業環境変化と対応策（1、2は本号、以下次号）
第10章　娯楽機器業界の今後の対応方向

話題のマシン

ちびっこシリーズ第2弾

孫悟空

タイトー

そんごくう

㈱タイトー（本社＝東京都千代田区平河町二の五の三、☎二六四―八六一一、コーガン社長）から同社ちびっこシリーズ第二弾として「そんごくう」が七月上旬に発売となった。

中国古来のおとぎ話、孫悟空の名作が画面、音楽、ナレーション入りで展開されていくなか、三回のクイズが設定されているアーケードゲーム機。

クイズは①お経は三つの石の箱のどれに入っているか、②〝にょい棒〟は三つのキント雲のどれに入っているか、③お経は三つの箱のどれに入っているかを当てるもの。これらのうち二回以上の正解だと景品が出てくる。

百円硬貨投入式でゲーム数は切替できる。また景品払出しの勝数設定も切替可能。

定価五十九万円。

本格TVメダル機

シグマから「TVスロット」「TV21」発売

TVスロット・ファイブライン

㈱シグマ（本社＝東京都渋谷区宇田川町十三の十一、第二富士ビル、☎四九六―五二二一、真鍋勝紀社長）からTVメダルゲーム機「TVスロット」と「TV21」が発売されている。

同社のTVメダルゲーム機はシリーズ化されており、スロットタイプとカードゲームの二種類あるが七月上旬発売となったのはTVスロット「ファイブライン」とTVカード「21」の二機種。これらはすべて米国サーコマ社との技術提携の上にシグマがさらに工夫を加えたもの。

TVスロット「ファイブライン」は3リール5ライン型でメダル投入枚数は一度に五枚まで、最高払出しは一度に三千枚（ホッパーによる自動払出しは二百枚まで）。カラーモニター使用でリールが実物リールと同様きれいに回転しているように見えるのと、メッセージ（英文）が鮮やかなのが特徴。デモンストレーション時はジャックポットを演出する。

音声回路を採用しており各種音楽が出てくるのも大きな特徴。各種カウントメーターは画面表示。

TV21

同社TVスロットには二種類のサイズがあるが、基本はスタンダード型。物品税納付済。定価百十万円。

次に「TV21」は、カードゲームのブラックジャックを内容としたもので機械側が親。プレイヤー側の数字が21になった場合のボーナスゲームもある。メダル投入枚数は一度に二十枚まで、最高払出しは一度に四千枚（ボッパーによる自動払出しは二百枚まで）。カラーモニター使用、音声回路採用。各種カウンターは画面表示。

定価九十六万円。

アンチック型は受注生製になる。

新宇宙TV

任天堂の「ファイアバード」

任天堂レジャーシステム（本社＝東京都千代田区神田須田町一の二十二、☎二五四―一六四七、山内溥社長）から、テーブルTVゲーム機「スペースファイアバード」が新発売となった。

これは星空をバックに、画面上部の小惑星がズームアップし火の鳥に変身して攻撃してくるのを、コントロールレバーと発射ボタン操作で迎撃ないし攻撃していくもの。

プレイヤーは宇宙船を左右に移動させ、四発連続発射できるビーム砲で迎撃。もう一つの脱出ボタンを押すと宇宙船は上昇していき不死身となって火の鳥に体当り攻撃できるが、これは一パターン一回のみ使用可。火の鳥は三種類が編隊で向ってくるが、イーグルは二発、エンペラーは四発連続してビーム砲を当てないと撃破できない。さらに最後の八機は撃破しないと次のパターンへ進まない。時々パイナップル弾が現われ、この破片にやられないようにしなければならない。

得点はガル20点、イーグル50点、エンペラー百点、パイナップル弾は自爆寸前が最高得点で百〜五百点のミステリーポイント。一パターン内で全機を撃破するとボーナス得点加算。火の鳥の飛行スタイルは六種類あり次第に難しくなっていく。宇宙船三隻が破壊されるとゲーム終了だが、五千点以上（切替可）の得点で一隻追加となる。

定価五十八万円。

スペース・ファイアバード

話題のマシン

新TVゲーム ターグ

セガ社からフリッパー「ビッグゲーム」も

㈱セガ・エンタープライゼス（本社＝東京都大田区羽田一の二の十二、☎七四二―三一七一、ローゼン社長）からTVゲーム機「ターグ」とフリッパー「ビッグゲーム」が発売される。

「ターグ」は米国エキシディ社による製造許諾品で、宇宙都市クリスタルを侵略するスペクターたちとこれを防衛する宇宙船との攻防戦をテーマとした新ゲームで、オリジナル機はカラーモニター使用。

プレイヤーは四方向レバーで宇宙船を操作し、ボタンでミサイルを発射させながら、①ターグ、②スマゲラーなどスペクターを撃破していく。レバー操作は前進、後退のほか停止（外側ロードのみ）もできる。

ターグ（十点）は十機現われるが、スマゲラー（ミステリー得点）はランダムに出現する。ターグは数少なくなるとスピードを増し、パターンが進むと同様に早くなってくる。

スペクター全滅でエキストラ得点が加算され、次のパターンへ進む。

宇宙船（三機切替可）全滅でゲーム終了。画面表示の得点を越えると宇宙船一機追加。

アップライトは白黒モニター。定価未定。

ビッグゲーム

ターグ

次に「ビッグゲーム」は米国スターン社製初のワイドフリッパーで、スコア表示が七桁になるなど思いきった内容となっている。ゲームは猛獣狩りをテーマにしており、ジャングルを表わしたプレイフィールドの各所に、動物たちの鳴き声（音声回路）が隠されているのと、三枚のカードゲームが加えられているのが最大の特徴。

ロールオーバー、ターゲットでBIG GAMEの文字を全部点灯させるとエキストラ、スペシャルのチャンス。カードはXYZの三種類ありそれぞれ九つの数字が設定されている。ドロップターゲットに①から⑨までの数字があり、これを当てるごとにXYZいずれかのカードの同番号が点灯していく、これらのカードの数字を全部点灯させるか、コーナーのみを点灯させるか、タテヨコを二列ずつ点灯させるかなどによりエキストラ、スペシャル、ボーナス倍率最高三倍のチャンスとなる。

前回までの最高得点を越えると三回のフリープレイ。左上にキックアウトホール。

定価八十二万円。

なおウィリアムズ社製フリッパー「ファイアーパワー」の定価は八十二万円に決定した。

TVゲーム機から フリッパー化

バリー「スペース・インベーダー」、四社が発売へ

米国バリー社製フリッパー「スペース・インベーダー」が、㈱タイトー、㈱ナムコ、㈱エスコ貿易、㈱セガ・エンタープライゼスの四社（順不同）から発売されることになった(総輸入先は㈱バリー・ジャパン)。

電子回路式、ワイドボディのこのフリッパーは文字通りTVゲーム「スペース・インベーダー」にちなんだもので、モノすごくコッたデザインがプレイフィールドに描かれている。

大きな特徴は、まずバックガラスに特殊なハーフミラーを組み込み、あたかも宇宙の広がりを感じさせることと、その周辺のランプが点滅走行すること。さらに特殊な音声回路により、プレイフィールドのゲーム進行とともにインベーダー音が聞こえてくるという点である。プレイフィールドでの特徴はフリッパーが二組あること、ボーナスは五倍まで可能なことのほか、左上のレーン、中央のUターンレーンなど。

定価九十一万円。

スペース・インベーダー

新機種

紙幣両替機

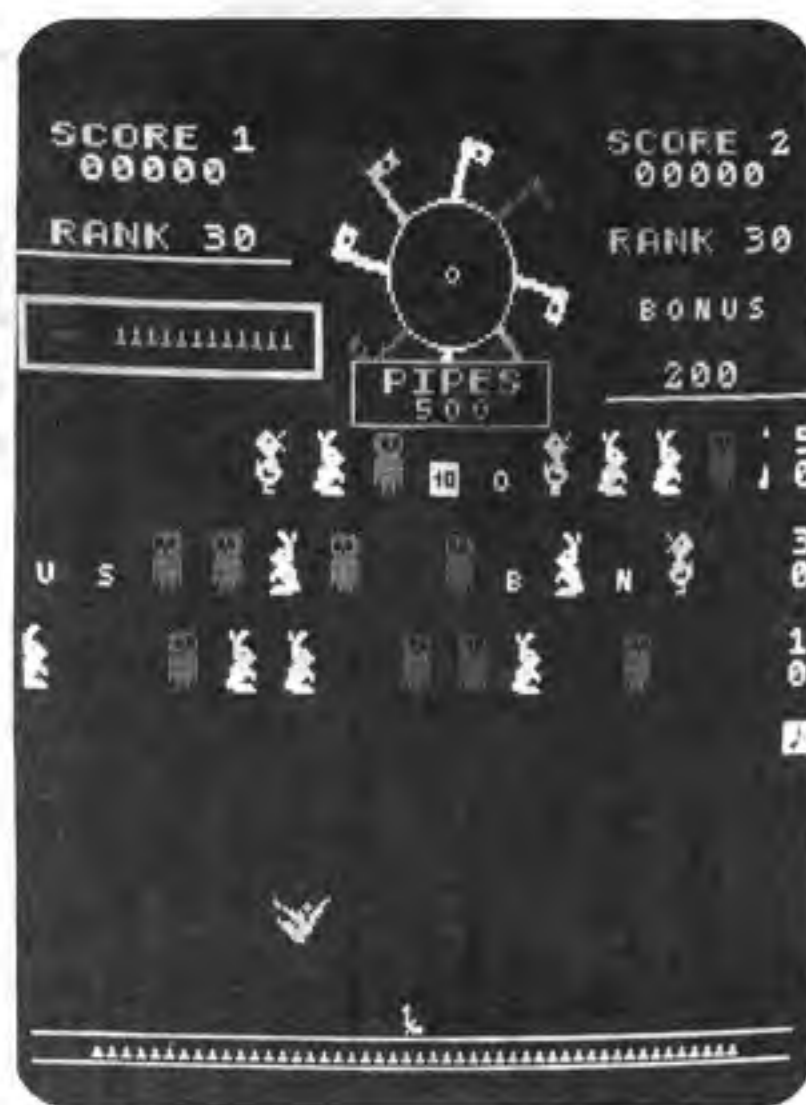
関西精機から発売

日本エアーシューター㈱製の紙幣両替機がこのほど㈱関西精機製作所から新発売となった。「ブルーリボン」と名付けられたこの両替機は、従来機を大幅に改良した新機種。

本体定価四十九万九千円と求めやすくなった。

ブルーリボン

CARNIVAL セガ・カーニバル

従来の概念を一新したユニークなＴＶゲーム、遂に登場!!
ニュー・エレクトロ・ファンタジー・ゲーム。

メロディにのせて動く動物たちのコミカルな世界。いま、ＴＶのなかは夢のカーニバル。

ミサイル・コマンド

激烈なミサイル戦を展開する画期的なＴＶゲーム機、新登場!!

次つぎと発射される敵のマルチミサイルを迎撃し、都市を防衛せよ。
ラウンドが変るたびに敵の攻撃が激しくなるエキサイティングなゲーム。近日発売予定。

コックピット型とアップライト型もあります。

アリ

かの有名なモハメド・アリをモチーフに。〈GREATEST ALI〉をフィーチャーに採り入れたユニークなフリッパー。スターン社製。

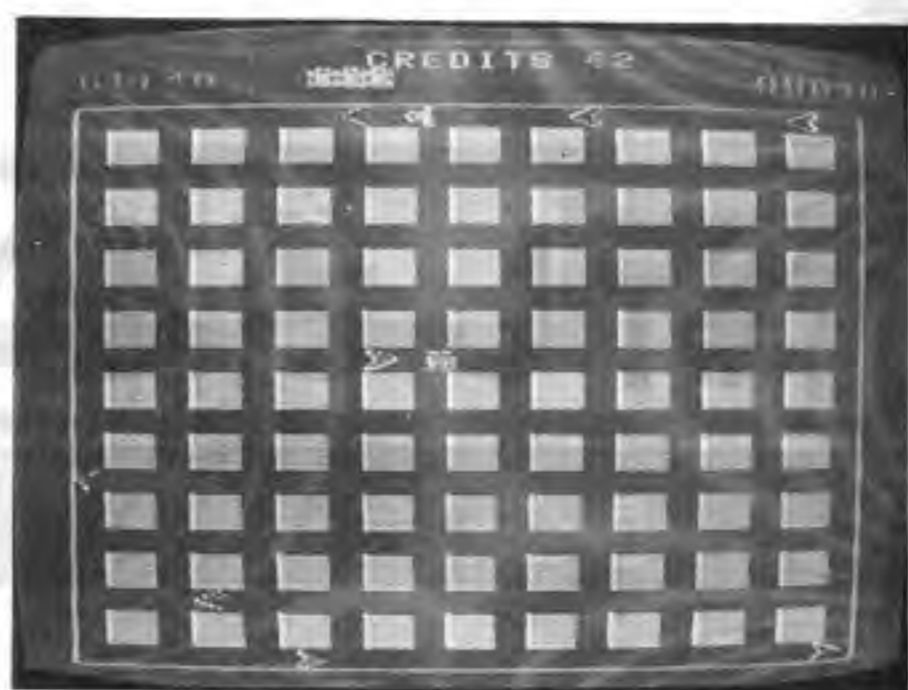
ビッグ・ゲーム

猛獣狩りとカード合せをミックスした面白さ。いろいろな猛獣の鳴き声が斬新。スターン社製(ワイド・ボディ)。

スペース・インベーダー

爆発的にヒットしたＴＶゲームの面白さをフリッパーに。アトラクティブなデザインと多彩なフィーチャーのバリー社製フリッパー。

セガ・ターグ

宇宙都市に展開するスリリングな攻防戦!!
体当り攻撃してくるスペクターを宇宙船のミサイルで撃破!
ラウンド毎にエキサイトする新しいＴＶゲーム。

テーブル型とアップライト型があります。

ファイヤー・パワー

ゴーガーに続く"しゃべるフリッパー"第二弾。レーン・チェンジ、マルチ・ボールなどの新しいフィーチャーを採り入れたウィリアムズ社製フリッパー。

セガ・ニュー・ファロ

ファロIIの面白さをより高めた新型。デザインも一新。ルーレットのスリルと興奮を再現したメダルゲーム。（3人用）

セガ・ブラック・ジャック

トランプのブラック・ジャックの面白さをそっくりそのままゲームにしたメダルゲームの傑作。

1人用

5人用

ペイアウト機構などに改良を加え、価格もお求めやすくなっております。

メダルゲーム機は「メダルゲーム場運営基準」に沿ってご使用下さい。

満喫の夢特集マシン

国際化したアミューズメントニュース
INTERNATIONAL AMUSEMENT NEWS

海外の話題

ブレイク氏起用
アタリ社、国際市場担当重役に

シェーン・ブレイク氏

アタリ社（本社カリフォルニア州サニーベイル、ゲーム機部門社長＝リプキン氏とロビンス氏）では、このほどシェーン・ブレイク氏をインターナショナル・マーケティング担当取締役に任命した。

このポストはマーケティング担当取締役フランク・バローズ氏の職務のうち国際関係部門を独立させたもので、新しいポストである。この結果従来のインターナショナルセールス部（スー・エリオット部長）は、この新ポストのもとに置かれることになった。

ブレイク氏は一九六四年に業界入りし、英国のストリート・オートマティック・マシン社（ロンドン）の副社長を勤め、七五年米国へ渡りロウ・インターナショナル社で活躍したのち、七七年RHベラム社に移り、ことし副社長になったばかりであった。同氏の活躍範囲は世界中で、まさに国際AM人と言えるほど。この八月には四十歳になる同氏が今後、米国以外の諸国のAM業者と取り決めを行なうわけだ。

米国テーブル市場
まだまだ小さいが急速に拡大中

米国の「キャッシュボックス」六月二十八日号に掲載された、シカゴのフランク・マンナー氏のレポート記事「カクテルテーブル型の復活」は、今米国でどれほどテーブルTVゲーム機が浸透しつつあるかを示して面白いと言える。とりあえずその要旨を次に紹介するが、ボックスタイプの「カクテル型」と日本のテーブル型は同じではないが、飲食店などのロケーション向きという点で、ほとんど同じようにとらえられている。

——七〇年代中ごろ流行し、七〇年代終りごろ凋落したカクテルテーブル型が、まさに灰の中から不死鳥のごとく復活してきた。一九八〇年はカクテル型の年となったのである。

この復活は、至るところに設置された（とくに日本の喫茶店に著しい）「スペース・インベーダー」によるものである。つまりインベーダーが出現してから、オペレーターはもちろんロケオーナーまで〝おいしい味〟を知ってしまったのだ。こうしてカクテル型TVゲーム機はラウンジ、レストラン、ファーストフード・チェーンなどから更にロケーションをアーケードまで広げてきた。ある都市周辺のアーケードゲーム場のオペレーターは「うちのゲーム機台数にすれば16％以下にすぎないテーブルTV機が全体の21％以上ものインカムがある」と報告し、アップライトよりテーブルのほうがよいとしている。

そして多くのオペレーターが口を揃えて言うのは、テーブルTV機の場合プレイヤーがゲームを繰り返しやすいこと、座って遊ぶことでかなりリラックスできることが良い、という点である。女性客も引きつけられることも挙げられる。

こうして目下米国ではテーブルTV機導入が盛んだが、全オペレーターの5％ぐらいしか以上のことを知らないと言われている。未開のどえらい市場を前に業者は選択を迫られつつあると言える。

豪州AMOA
今年は7月16日から開催

オーストラリアで恒例のAMOA展が七月十六日から十八日まで、クイーンランドのサーファーズ・パラダイスで開かれる。この場合AMOAとはアミューズメント・マシン・オペレーターズ・アソシエーション（オーストラリア）なのだ。

世界的なTVゲームブームのため今年の豪州AMOAは従来よりかなり大規模になる見込みだが、なんと言っても人口が少なくAM市場としては小さいだけに、現地メーカーの展示会ではなく現地業者による日米欧製機械展という様子になる見込みである。

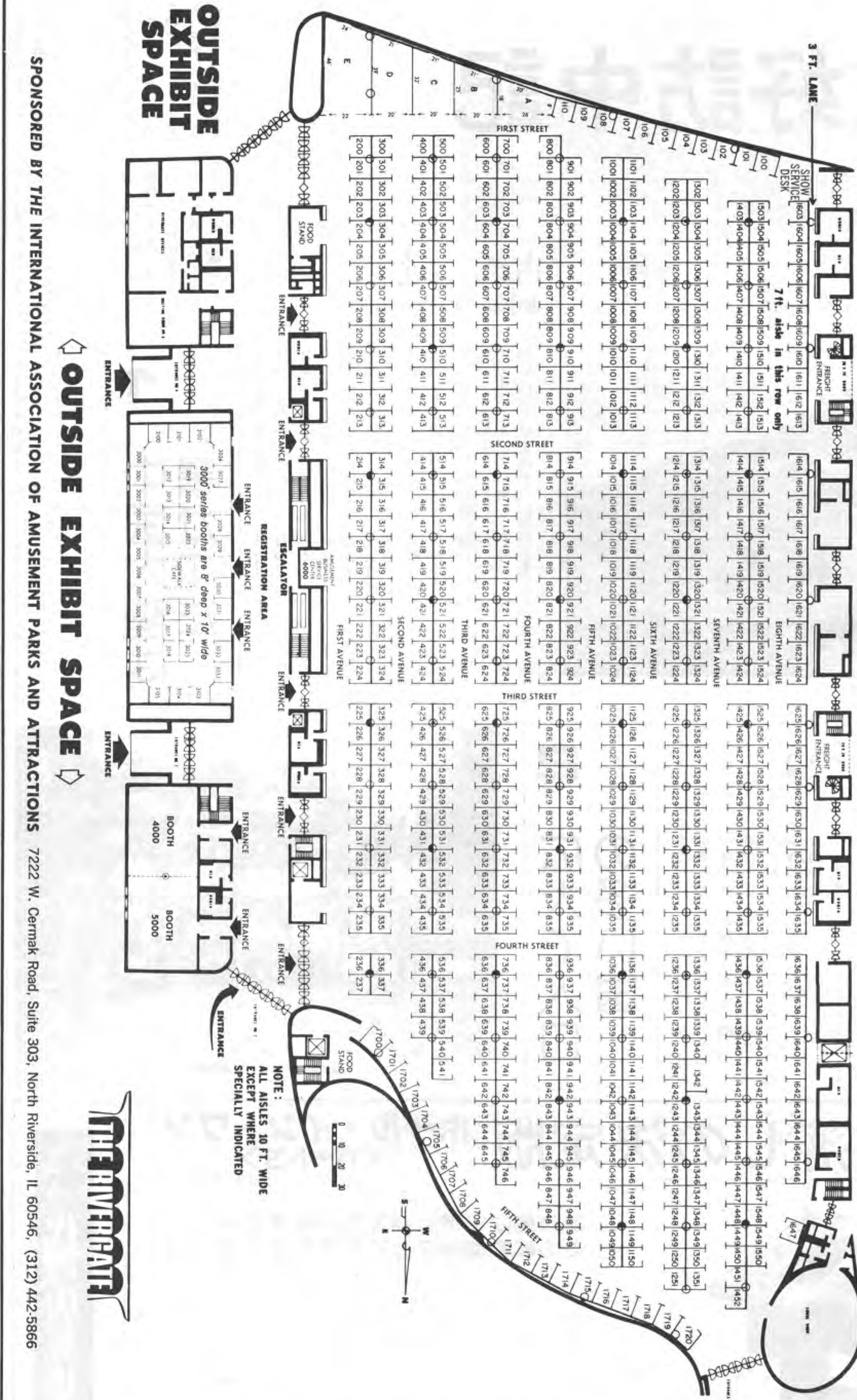
地理的にはシドニーの北方、ブリスベーンのすぐ南に約32㌔におよぶ黄金色の砂浜が続くゴールドコーストがあり、この中心にサーファーズ・パラダイスがある。今回の催しの一部に〝ミス・ピンボール・コンテスト〟があるが、その参加者は水着着用が義務づけられている。ここは世界的なリゾート地なのだ。なおシドニーの平均気温は、この最も寒い七月で最高20・3度、最低4・4度とのことである。

Extra Ball (Midway)

ミッドウェー社製TVゲーム機「エキストラボール」。野球ゲームを一段とレベルアップ、2人用は2人参加できる。

IAAPAショー展示会場

正式名称　62nd Annual IAAPA Trade Show
主催団体　International Association of Amusement Parks and Attractions
開催場所　Rivergate Exhibition Center, New Orleans, Louisiana　開催期間　1980年11月22日(土)〜24日(月)

⇦ OUTSIDE EXHIBIT SPACE ⇨

SPONSORED BY THE INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTIONS　7222 W. Cermak Road, Suite 303, North Riverside, IL 60546, (312) 442-5866

【解説】 米国を拠点とする国際的な遊園地関係業者団体IAAPA（本部イリノイ州ノース・リバーサイド、ロバート・ベル会長）では、今秋開かれる恒例の国際的な催しIAAPAショーの開催要領を明らかにした。

この催しは「第62回コンベンション」として、大規模な展示会（トレードショー）と各種会合によって構成され、後者の会合は11月22日から24日まで開かれる。

展示会場は昨年と同じニューオリンズのリバーゲイト。フロアープランはさらに増え屋内 771ブースとなり、昨年同様屋外展示13,000平方フィートが用意されている。
屋内部分は左図のとおりで、10フィート×10フィートの基礎小間の料金は最低 650ドル、かど部分にある場合は 675ドルなどで、最大小間のEは6077ドルとなっている。屋外では13,000平方フィート用意されており、料金は1平方フィートあたり3.25ドル。なお出展社は必らずIAPPAの会員でなければならない。

展示時間は午前10時から午後6時までで、24日のみ午後1時まで。24日には会員を対象にした夕食会、ステージショーが開かれる。とくにIAAPAショーでは、展示会に関してすぐれた出展社に対してIAAPAから各種の賞が贈られる。ウィズドム社「アストロライナー」、オムニビジョン社「シネマ 180」などは記憶に新しい受賞機である。

展示される機械は小型のゲーム機、乗物機から大型の各種アミューズメントマシンが網羅される（昨年の内容については本紙第 134号に詳報）。文字通り世界最大のアミューズメントマシンショーであり"これからのアミューズメントマシン〃を考える場として意義深い催しであると言えよう。

わが友好訪中記

古館　達三
(株)フジ・ユーエン社長

日本娯楽機械オペレーター(協)が派遣した友好訪中団（内田博団長以下二十一名）は、六月五日から十六日までの旅程を終え無事帰国した。その成果は、おそらく言語を越えるものであったと思われるが、それにも増して中国の事情を認識することがまず第一義であったようだ。

参加メンバーのひとり古館達三氏（(株)フジ・ユーエン社長）に、訪中記執筆をお願いしたのが次の原稿である。また写真については森田寛正氏（(株)モリタ社長）の多大なご協力による（編集部）。

1 中国大陸は暑かった

日本娯楽機械オペレーター協同組合としては二度めの訪中であるが、アミューズメント業界関連に絞らずに、見たまま感じたまま書いてみたいと思う。

訪中前、東洋地図を広げて、訪問地の北京市、瀋陽市（奉天）は、日本では東北北部から北海道南部に相当する緯度だから寒いだろうと、毛糸のセーターを用意した人も多かったが、六月五日午後十時半北京空港に降り立ったら、温度計は摂氏二十八度を示していた。ホテルはクーラーが無く網戸にして扇風機をつけたが寝苦しかった。計十二日間の旅行中ほとんど日中三十三、四度で暑かったが、空気が乾燥しているから汗はあまりかかなかった。真夏は摂氏四十五度に達し、真冬は零下三十度にもなる大陸性気候。この厳しい自然条件が中国民族の人間形成、哲学、思想にどんな影響を与えたことだろう、と穏やかな海洋性気候に育った者として考えてみる必要があると思った。

万里の長城

2 広大で人口の多い国

大連から瀋陽まで四百キロ、汽車で六時間ほどの行程である。一時間半ほどで遼東半島を出ると、四方見わたす限りの耕地および平原の地平線である。日本の場合は建物があり林や山があって汽車の旅で水平線を見ることはまず不可能である。

これだけ広い土地と耕地面積がありながら中国が食糧輸出国とは聞いたことがないから、その人口のいかに多いか想像に難くない。晩婚を奨励し、原則として子ども一人と定めて、人口増加を必死に抑制し、経済発展は人口調節にかかっているとしているのも頷けることである。日本も人口が多く、特に東京など朝夕のラッシュ時など凄いというほどであるが、中国では北京はもちろん、大連でも瀋陽でも撫順でも、夕方仕事を終った人達が道路のわきに夕涼みをしているのを見かけたが、その数の多いこと。私達の乗ったバスの両側に蜿蜒と続いていた。

天壇公園の中にて大型遊園機械

JOU訪中団の日程表

日	場所	時間	内容
5日			成田発、北京着、前門飯店にて宿泊
6日	北京	午前	瑠璃廠、天壇公園
		午後	天安門、故宮博物院
		催し物	雑技
7日	北京	午前	毛主席記念堂、万里の長城
		午後	十三陵、友誼商店
8日	北京		ソ連製プロペラ機「アントロノフ」で移動
	大連		東山賓館に宿泊
		午後	星海公園、地下濠、商店街、友誼商店 国際海員倶楽部にて夕食
9日	大連	午前	大連港、大連海洋漁業公司
		午後	遼寧省大連盲唖学校、大連動物園 国際海員倶楽部にて夕食
		催し物	雑技
10日	大連		急行列車で移動
	瀋陽		瀋陽友誼賓館に宿泊、ホテルにて夕食
		催し物	ホテルにて手品ショー
11日	瀋陽	午前	中朝人民公社
		午後	工人新村、故宮、鹿鳴春にて夕食
12日	瀋陽	午前	瀋陽第二小学校
		午後	瀋陽第一商業局幼稚園、友誼商店 北陵公園、老辺餃子にて夕食
		催し物	ホテルにて映画
13日	瀋陽		バスで移動
	撫順	午前	友誼賓館に宿泊 遼寧省撫順雕刻廠
		午後	撫順露天堀、労働公園
14日	北京		空港より頤和園へ直行、同園にて昼食
		午後	北京飯店に宿泊、自由行動 北京飯店にて夕食
15日	北京	午前	西城少年宮
		午後	自由行動、北海公園仿膳にて夕食
		催し物	京劇
16日			北京発、成田着

瀋陽の幼稚園にて、日本の「さくら」を歌ってくれた女の子

大連海洋漁業公司にて、これは冷凍倉庫内

3 悲しくも雄大な万里の長城

北京からバスで一時間余りで八達嶺部分の万里の長城に着く。子どもの時から話を聞かされ、エジプトのピラミッドとともに一生のうち絶対見ると誓った万里の長城が目の前にあり、そして足で踏みしめた。

壮大な山々の嶺を結び連らねて雲の中に消えて行く。秦の始皇帝の時代、古代中国は農耕の発達による奴隷制社会から漸く封建制度に移った当時、北方の遊牧民族の侵入を防ぐために築いたと言われているが当時全中国の人口は三千万人。そのうち百余万人を動員したと伝えられる偉大なる工事。日本の歴史には見当らないその猛烈な権力集中と、修羅の巷の一般大衆。この城壁の煉瓦の一つ一つにどんな悲しい運命と物語りが秘められているだろうか。築城を命じた者も命ぜられて工事に従事した人達も歴史という扉の中に消えて行き長城という物体がここに存在する。新緑の山々の中に陽光に映える長城も涙に曇ってみえた。

4 故宮と故宮博物院

故宮とは、皇帝が住んで政治をしていた古い都（宮）という意味で、瀋陽にも清王朝がまだ全中国を統一する前の満州での一豪族時代のものがあるが、北京の故宮は明および清の皇宮で紫禁城とも呼ばれており、現存する最大にして完全な建築物と言われている。壮麗の一語に尽きるが中国の案内の人が「明清の皇帝が人民を抑圧し搾取し、その結果がこの紫禁城である」と力説しているので、「抑圧も搾取もないでは、世界に誇るというこのようなものは作れないかもしれませんね」と答えたら変な顔をしていた。

故宮博物院には新石器時代から清朝代に至る出土品芸術品が数々展示してある。戦後内戦に敗れた蒋介石が軍艦で台湾に運んで展示している台北の故宮博物院と甲乙つけ難い。両方ともに二日や三日では見きれない数々の芸術品の素晴しさに、今さらながら中国六千年の悠久の歴史と、その文化の広がり、深さ、国土の広さを感じざるを得ない。

次ページへ続く

暑中お見舞い申し上げます

5 熱烈歓迎は国民性か教育か

私達友好訪中団は盲ろう唖学校をまず最初に訪問した。教室に入ると皆口々に歓迎の言葉を述べながら拍手で迎えてくれた。生まれつき耳の聞こえない子どもに発声練習をさせる。その方法は子ども一人一人に、教える先生の喉に手を触れさせ声帯の動きを覚えさせる。それは気が遠くなるような根気と限りない愛情を必要とする。そして発音記号から日常会話、文字の読み方へと進む。一方、目の見えない子どもは点字によって本を読む。ろう唖の生徒が司会に立ち、目の見えない生徒達が楽器を奏し、耳の聞こえない子ども達が衣裳を着飾り、お化粧をしていろいろな踊りを披露してくれた。踊の節の変化は大太鼓により空気振動で伝える。別れに当って校門の出口まで並び口々に再見(さよなら)を叫びながら手にすがりついてなかなかバスまで戻れない。思いもよらぬ歓迎ぶりである。

また小学校訪問の時教室に入って行くと数学の授業であったが、自分の隣りに坐るようにと手をとる。坐って本を見ると分数の問題で、黒板の前の先生の説明を聞きながら、私に指で示してくれた。また別れの時は手を握って、ほんとに別れを惜しむ様子である。華国鋒主席の訪日の後でもあり、日中友好は先生の指示なのかとも思ったが、拍手で迎え拍手で送ることまでは指示かも知れないが、それ以上のことは自然発露のようである。

撫順市駅前飯店での夕食の時である。食事の場所が外からガラス張越しに見える所で多くの人達が鈴なりになってのぞきこんでいた。食事が終ったら、調理人達が一列に並んで拍手しながら「戦後日本人のお客さんが私達の店に食事にみえたのはあなたがたで三度めですが、日本に帰られたらもっと大勢の人が食事に来るように伝えてください」と笑顔で手をふっていた。外に出てバスに乗ろうとしたら、群衆がわっと押しかけ再見と拍手の渦である。日本人があまり訪れた事のない土地、しかも戦時中旧日本軍隊が最も悪いことをした土地撫順での出来事である。この熱烈歓迎は教育とか国民性とか考えることではない。長い歴史と厳しい風土に培かわれた漢民族の大きな抱擁力であろう。

北京駅

北京の夜、雑技(サーカス)を見る

天壇公園の中にて、明昌特殊産業が贈った「宇宙車」

北京の西城少年宮にて

6 「少年宮」と娯楽

書、絵画、音楽、民族舞踊、天文科学などの課外活動の場として「少年宮」という施設がある。非常に水準の高い内容で天才英才教育の場であり学校が素質のある生徒を推薦し参加させるという将来自分の才能や好みにより各分野での中心的存在になるであろうと思われる。熱心に勉学に励んでおり、この子ども達クラスの者が増えていったら私達日本をも追い越して行くだろうと思われた。

しかし休日には映画をみたり雑技(サーカス)を見たり湖でボートに乗ったりして気分の転換を図っているという。娯楽の乏しかった中国でも生活水準の向上につれて娯楽が多種多様になりゆとりある毎日になると思う。

最後に北京大学出身の案内の人が言った「中国六千年の歴史の中で一般大衆にとって現在が一番幸福かも知れない」と。私もなんとなくうなずいた。

暑中お見舞い申し上げます

コナミ工業株式会社
代表取締役 上月景正
〒561 豊中市庄内栄町二ー一一ー一
電話〇六（三三四）〇三二一

有限会社 こまや製作所
代表取締役 田中弘
〒658 神戸市東灘区魚崎西町四ー二ー三五
電話 〇七八（八一一）三六六一

株式会社 サービス・ゲームス・ジャパン
代表取締役 森武司
〒652 神戸市兵庫区入江通三ー一ー一七
電話〇七八（六七一）一九〇三
営業所 長崎・松山・福岡・高知・姫路

株式会社 三栄商会
代表取締役 吉川正明
〒410 沼津市大岡上西耕地二八九五ー二
電話〇五五九（二三）四九〇〇

株式会社 三共
代表取締役 伊東芳雄
〒112 東京都文京区後楽二ー一四ー五
電話 〇三（八一一）五八八八

有限会社 サンヨー興業
代表取締役 金島健
〒435 浜松市篠ヶ瀬町五二五ー六
電話 〇五三四（二一）四八六二

三洋電機電装機器株式会社
代表取締役 後藤清一
〒550 大阪市西区江戸堀二ー七ー二五
電話 〇六（四四三）五一四一

株式会社 シグマ
代表取締役 真鍋勝紀
〒150 東京都渋谷区宇田川町十三ー十一 渋谷第二富士ビル3F
電話 〇三（四九六）五二二一

昭和遊園機械株式会社
代表取締役 小島幸也
〒182 調布市若葉町二ー七ー二三
電話〇三（三〇八）一五五一

新晃商事
代表者 白石俊一
〒533 大阪市東淀川区大隅一ー六ー三二
電話 〇六（三二九）三〇二〇

株式会社 新日本企画
代表取締役 川崎英吉
〒577 東大阪市下小阪二ー二九ー一 楠本ビル
電話〇六（七八七）二〇五一

株式会社 セガ・エンタープライゼス
代表取締役副社長 中山隼雄
〒144 東京都大田区羽田一ー二ー一二
電話〇三（七四二）三一七一

泉陽興業株式会社
代表取締役社長 山田三郎
〒556 大阪市浪速区元町二ー一〇〇ー一
電話 〇六（六三二）一〇五一

綜合ユニコム株式会社
代表取締役 上林功
〒104 東京都中央区銀座二ー八ー一五 共同ビル
電話 〇三（五六三）〇〇二五

株式会社 総商
代表取締役 木村雅三
〒444 岡崎市井田西町一ー七ー四
電話〇五六四（二四）二五八一

株式会社 ダイソー
代表取締役 板橋善弘
〒537 大阪市東成区中道三ー三ー一一
電話 〇六（九七四）七一六一

株式会社 タイトー
常務取締役 中西昭雄
〒102 東京都千代田区平河町二ー五ー三
電話 〇三（二六四）八六一一

株式会社 太陽自動機
代表取締役 宮坂芳男
〒135 東京都江東区森下三ー六ー五 森下ビル
電話〇三（六三二）五四一一

宝化学有限会社
取締役社長 山田孝良
〒158 東京都世田谷区玉堤一ー九ー三
電話 〇三（七〇四）八〇五一

タスコ株式会社
代表取締役 上原勝
〒113 東京都文京区本駒込三ー一七ー一
電話 〇三（八二七）六七四一

株式会社 テーカン
代表取締役 柿原孝
〒130 東京都墨田区吾妻橋二ー一ー一三 電話 〇三（六二四）三一〇一
〒450 名古屋市中村区下笠島町一ー一ー二 住友生命名古屋ビル 電話〇五二（五八三）〇八九一

データ・イースト株式会社
代表取締役社長 福田哲夫
〒162 東京都新宿区余丁町一〇九番地 高木ビル
電話 〇三（三五九）六五八一

株式会社 データイースト大阪
代表取締役 森真一
〒533 大阪市東淀川区東中島三ー一ー一二 田村ビル一F
電話 〇六（三二三）三七八八

株式会社 トーケン
代表取締役 土屋健蔵
〒540 大阪市東区京橋一ー七 OMMビル5F
電話 〇六（九四三）三三一二

株式会社 東亜自動電機製作所
代表取締役 江見一男
〒556 大阪市浪速区日本橋筋五ー六〇
電話 〇六（六三二）四五〇一

東宝商事株式会社
代表取締役 中村欽也
〒530 大阪市北区天満橋一ー三ー三
電話〇六（三五七）一〇〇〇

東洋娯楽機株式会社
東洋トレーディング株式会社
取締役社長 山田俊夫
〒152 東京都目黒区八雲一ー五ー七 東娯ビル
電話〇三（七一八）六四六一

株式会社 ナムコ
代表取締役社長 中村雅哉
〒146 東京都大田区多摩川二ー八ー五
電話 〇三（七五九）二三一一

株式会社 ニチレ
専務取締役 二渡一
〒162 東京都新宿区二十騎町五ー一 コーポ神谷二〇一号
電話〇三（二六七）〇四一七

日本娯楽機株式会社
代表取締役社長 遠藤嘉一
〒107 東京都港区南青山二ー二ー一四
電話 〇三（四〇二）七三一一

株式会社 日本商事
代表取締役 小川義雄
〒536 大阪市城東区永田二ー五ー九
電話 〇六（九六二）七七二二

日本物産株式会社
代表取締役 鳥井末治
〒530 大阪市北区天神橋一ー十二ー九
電話 〇六（三五三）五二一一

日本遊園株式会社
代表取締役社長 北浦幹雄
代表取締役会長 東尾茂
〒561 豊中市庄内栄町二ー一一ー三
電話〇六（三三一）二二一一

任天堂レジャーシステム株式会社
代表取締役 山内溥
〒101 東京都千代田区神田須田町一ー三
電話 〇三（二五四）一六四七

バーリーサービス株式会社
代表取締役 池実
〒542 大阪市南区高津町四番丁八七ー一 電話 〇六（二一三）五二五五
〒106 東京都港区東麻布一ー二ー七 電話 〇三（五八二）〇八五七

株式会社 バリー・ジャパン
代表取締役 ロス・ビー・シェアー
〒150 東京都渋谷区道玄坂一ー十四ー九 ソシアル道玄坂
電話 〇三（四七六）五九八一

株式会社 日高商会
代表取締役 高畑吉秀
〒933 高岡市下関町六ー一 高岡ステーションビル三F
電話〇七六六（二四）三五五五

株式会社 プレイランド
代表取締役 高橋明
専務取締役 高橋正明
〒144 東京都大田区西蒲田八ー二ー六
電話 〇三（七三四）三六一一

株式会社 ベンドジャパン
代表取締役 的場昭一
〒556 大阪市浪速区水崎町一ー八
電話 〇六（六四三）三八五七

株式会社 ホープ
取締役社長 小野定良
〒211 （本社工場） 川崎市中原区今井上町五〇
電話〇四四（七二二）六一四一

豊栄産業株式会社
代表取締役 松田靖
〒188 東京都田無市南町一の二の一
電話〇四二四（六七）二二一一

ミクマ産業株式会社
代表取締役 西川賢造
〒534 大阪市都島区東野田町四ー四ー一
電話 〇六（三五四）〇二二一

峯興業有限会社
代表取締役 峯久
〒532 大阪市淀川区加島一ー五〇ー二九
電話 〇六（三〇九）三三〇三

武蔵野工機株式会社
代表取締役 冨田窓可
〒121 東京都足立区南花畑三ー七ー一三
電話 〇三（八五〇）六〇〇四

明昌特殊産業株式会社
代表取締役 岡本昌明
〒553 大阪市福島区海老江七ー一九ー九
電話 〇六（四五八）三五五七

株式会社 ユニバーサル
代表取締役 岡田和生
〒329-02 栃木県小山市粟宮一九二八
電話〇二八五（二五）五五二一

ユニバーサル販売株式会社
代表取締役 岡田和生
〒103 東京都中央区日本橋堀留町一ー七ー七
電話 〇三（六六一）〇三三〇

株式会社 友栄
代表取締役 内田博
〒101 東京都千代田区三崎町三ー七ー五
電話 〇三（二六三）九四二一

株式会社 ユニバーサルプレイランド
代表取締役 鷲谷晴美
〒323 栃木県小山市駅南町六ー二ー三〇
電話 〇二八五（二七）六六〇〇

株式会社 ヨコハマコインマシン
代表取締役 稲村修治
〒231 横浜市中区末吉町一ー二〇 明和ビル1F
電話〇四五（二五二）五二四八

レジャック株式会社
代表取締役 柴田登茂三
〒532 大阪市淀川区西中島五ー一二ー一〇 第三中島ビル
電話 〇六（三〇五）[illegible]

ワールドタイヨー
代表者 平川雄也
〒533 大阪市東淀川区東中島一ー一八ー五 新大阪丸ビル二〇九
電話〇六（三二三）八〇〇一

株式会社 ワールドプレイランド
代表取締役 亀谷千恵子
〒154 東京都世田谷区三宿一ー八ー一〇
電話 〇三（四一三）八四四一

株式会社 ワイプ
代表取締役 本木宏昌
〒652 神戸市兵庫区切戸町五ー二五
電話〇七八（六五一）〇〇七五

SPACE FIREBIRD

新発売

★宇宙の果てからきらめく小惑星がズームアップ！
強烈な光を発しながら火の鳥に変身します。
★火の鳥が編制を組み我が宇宙船にループ攻撃する迫力は抜群！
★宇宙船は時に危機一髪の脱出をはかり、火の鳥の攻撃を交します。
★神秘的な大宇宙空間にこだまする我が宇宙船と火の鳥の大宇宙戦争の結末はいかに。

攻撃しながら迫ってくるならず者を撃ち倒し、
レディを救い出すアクションゲーム！

歯が崩れ、顔面が変わり、帽子が消える
コミカルなかわいいゲーム！

Monkey Magic

本　社 〒101 東京都千代田区神田須田町1-22 TEL 03(254)1647
関西支社 〒542 大阪市南区長堀橋筋1丁目32 TEL 06(245)4155
京都営業所 〒605 京都市東山区福稲上高松町60 TEL 075(541)6111
名古屋営業所 〒451 名古屋市西区薮下町29番地 TEL 052(561)1685
岡山営業所 〒700 岡山市奉還町4丁目4番11号 TEL 0862(52)1821

どのメーカーの商品も豊富に！

1980・7

スーパーライン

スロットタイプの風俗営業認可機種。完全電子回路方式で、各地で多大の実績を示しています。

ムーン・クレスタ

宇宙大パニック、緊急攻撃指令〔Z〕発信！
（日本物産製）▽95－1836

ロータリー・アイドル

4ヵ所の投入口、3枚賭けの単勝式も可能。連勝複式にネキストをプラス　（関西企業製）
▽91－11757

ズームエイト II

電光点滅式1人用メダルゲーム機。競馬もようの5トラック、連勝複式。ネキストゲームつき。
（高砂電器製）▽91－11722

ターゲット

フラットなフロント、高温に耐える頑丈さ、高圧ノイズ防止警報回路つき。
▽91－15021

ハイポイントABC

ワンゲームで三度のスリル
▽91－11757

以上のメダルゲーム機の設置運営につきましては「メダルゲーム場運営基準」を守ってご使用下さい。

株式会社 ベンドジャパン

本　社 〒556 大阪市浪速区水崎町18番地 TEL.06(643)3857（大代表）
東京支店
〒104 東京都中央区新川1－18－7 新川ビル ☎03(553)8293㈹
沖縄支店　沖縄ベンドジャパン
〒901-22 沖縄県宜野湾市大山436 ☎09889(7)3333
松山支店　ベンド松山
〒790 松山市萱野町6丁目19 三好ビル ☎0899(25)1300

連続SF——81

希望（のぞみ）の島
—宇宙同時革命の結果—

有田佐市

精神風俗（L）

夏だ。白い夏だ。夏になっても、ナイト―八人組は依然として死んだふりをしていたが彼らの研究は着実にすすめられ、その成果はマスコミのはかない騒音とはあくまでも無関係なところで深く静かにあがっているのだった。

あまりにも容易に人の深層心理を改変できるので当の八人組のほうで却って気味が悪くなるほどであった。背筋が冷たくなって暑い夏を涼しく過せることが出来てしまうような感じであった。

「おうい　ヤマちゃん銀座はどうだった」

「銀座って、どこの銀座ですか、ヤポン中銀座だらけでしょう」

ヤマちゃんはホワイトハウスでじっと研究に励んでいる八人組の中で一人だけ炎熱地獄の街なかを歩いてきたせいでか苛立ちながら暑い夏に汗をかきながら、セクシャルヴァイオレットナンバーワンにこたえていた。

"Sunday Morning"
—ウォレス・スティーヴンズ—

しなやかに荒々しく、
男さちの輪が
夏の朝に狂惑乱舞して
詠唱するだろう
彼らの騒がしい太陽への帰依を
神としてではなく、未開の根源のように。
彼らの間に裸で現われる神かも知れぬものとして
彼らの詠唱は彼らの血から出て
空へと回帰する楽園の詠唱となるだろう。
そして彼らが歌うとき声をあわせて加わるだろう
彼らの主の嘉し給う
風吹きつける湖も
木々も熾天使のように
また谺する丘々も
はるか後の彼らだけの合唱隊となって。
彼らは亡びゆく男たちと夏の朝との
天の友誼をよく知ることだろう。
また男たちがどこから来て、どこへ行くのかは
男たちの足に置く露が示すであろう。
われわれは昔の太陽の混沌の中に生きている
あるいは昔の昼と夜の依存関係の中
あるいは援護者もなく
あの広い海から解放されて
逃れようもなく島の孤独の中に。
鹿たちはわれわれの山を歩き、鶉は
われわれのまわりで自然に叫び声をあげて鳴く。
甘い漿果は荒野に熟し
また、空の孤立の中に
夕暮どき　たまさかの鳩の群れが
あいまいな波状曲線をえがきながら
翼を広げて暗闇へと沈んで行く。

のっぺらぼうな社会

「ま、そう苛立たないで、ここでは冷静に話しましょうや」

「また　江川のようなことを言う」

「ナウに言えば　エガワルでしょう」

「それはもう古くなりました」

「そう、やっぱ、たまには街歩きもしなきゃ駄目かな」

「そうそう、そうですよ、いくら人人の深層心理を確かに把握できるようになったといっても、それが風俗としてはどのような型となって表われるかということは、街を歩いて見なきゃ分らんでしょうが」

「だからヤマちゃんに銀座へ出てもらってるんですよ、毎日、毎日」

「それが面白くなくなっちゃってね」

「それだけ男女の区別がつかなくなっちゃったの」

「ええ　毎日話している通りですよ」

「赤ん坊の性器を隠したら男女の区別がつかないように、大人もそういう状態になってしまったのですか」

「ええ　毎日そう報告しているでしょうが」

「うん　話としては分るが」

「一度　セクシャルヴァイオレットナンバーワンさんも銀座に出て自分の目で確かめてみられてはどうですか」

「いやあ　ボクはもう流行らなくなってしまって恥かしいよね。こんな名前が、年甲斐もなく」

ヤマちゃんは、男女の区別が分らなく、のっぺらぼうになった社会は、それはそれで住み易いので気は楽なのだが、区別がはっきりついていた時代にもその一方で郷愁にも似た懐かしさを感じていた。

The Tea Shop
—エズラ・パウンド—

喫茶店のあの娘も
まえほどきれいではなくなった
この七月がよくなかった
まえほどいそいそと階段をのぼってこない
そう彼女もやがて中年になる
そしてマフィンを運んできてくれるとき
振り撒いていった青春の輝きも
もう振り撒かれることはないだろう
彼女もやがて中年になる

八人組の中ではその精神がいっとう柔軟でしなやかなヤマちゃんではあったが、次次と人人の精神変革がその深い次元にまですすんで来ると不安になることもあったが、もはや引き帰せはしない、それは、他の七人への裏切りになってしまうのだ。

逆立ちする人
——一色真理——

逆立ちする人は、何も持たない人だ。ポケットにさえ、何かを入れておくわけにはいかない。
逆立ちする人は、たえず大きくなる苦しみのために、眼をとじている。かつて、さかさまに見た世界は、吐きけを催すほど、彼を嫌悪させた。
　＊
逆立ちする人は疲れた。
彼は動揺し、自分が傾いていくのを感じる。
そして、ついに倒れる。
彼はもう逆立ちする人ではない。
逆立ちをしていない人々のうちのひとりだ。

ナムコのスーパーマシン・ラインアップ

●ピッチイン

PITCH IN

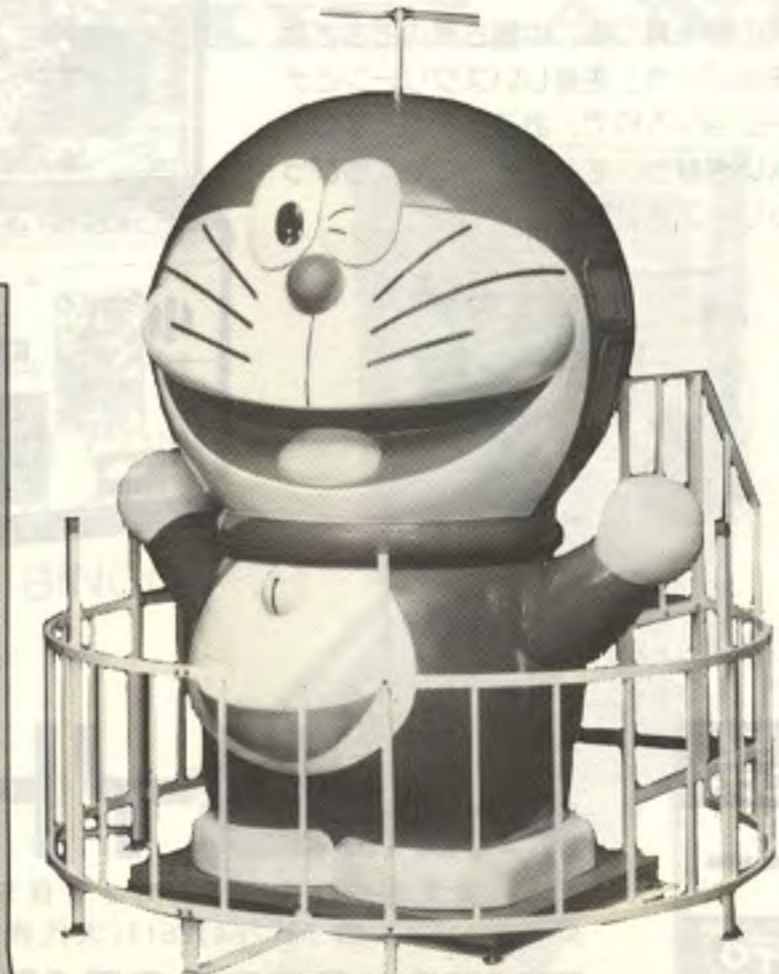
球速測定マシーン“ピッチイン”で、速球投手に君もチャレンジ！

今、プロ野球の世界でも話題となっている球速測定が、ナムコ「ピッチイン」で、身近に楽しめるようになりました。コインを投入し、「プレイボール！」の一声が聞こえたら、キャッチャーに向かってボールを投げて下さい。うまくキャッチャーミットに入ると「ストライク！」という声がして、最新式電子ビーム検出方式で球速を正確に表示します。汗をながせる新しいタイプのスポーツゲーム「ピッチイン」は、すでに大変な人気です。

■仕様
- ●幅　2,400㎜
- ●高さ 2,350㎜
- ●奥行 5,670㎜
- ●重量　395㎏
- ●消費電力 140W
- ●㊦非対象機械

ジャンボ ドラえもん

映画・テレビで大活躍
現代のスーパーヒーロー「ドラえもん」

オバQ・ディズニー・ひょっこりひょうたん島・ロボコン……と次々と子供達のアイドルを乗り物にしてきたナムコが、今度は爆発的な人気の「ドラえもん」をジャンボな乗り物にしました。頭を左右に大きく振り、話しかけてきて、子供達を「ドラえもん」の世界へと、連れていってくれます。子供達の夢を満載したナムコ「ジャンボ・ドラえもん」は、きっとお店の人気者になるでしょう。

©藤子・小学館・テレビ朝日

楽しいコックピット

■仕様
- ●高さ 2,410㎜
- ●直径 1,980㎜
- ●奥行 2,260㎜
- ●重量　285㎏
- ●乗員数　子供2人
- ●料金　100円（200円変更可）
- ●㊦91－17439

ギャラクシアン Galaxian

もうあなたは ギャラクシアンのとりこ

テーブルタイプ

■仕様
- ●縦幅 560㎜
- ●横幅 860㎜
- ●高さ 600㎜ 調整可（＋100㎜）
- ●㊦95－1831

アップライト

■仕様
- ●幅　630㎜
- ●高さ 1,740㎜
- ●奥行　800㎜
- ●㊦95－1830

「遊び」をクリエイトする――株式会社ナムコ
本社　〒146　東京都大田区多摩川2－8－5　TEL 03(759)2311(大代)
大阪事業所　〒556　大阪市浪速区新川3-630-3南大阪ビル　TEL 06(649) 5311 (代)
ピッチイン・プロジェクト　〒146 東京都大田区矢口2-1-21　TEL 03(759)1388・1389 (直)
★遊園施設・娯楽機械★　企画・設計・製作・販売・経営・賃貸・輸出・輸入
★各種イベント★　企画・制作・実施